

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

TEMA:

**Factores que determinan la informalidad en la ciudad de
Guayaquil años de análisis 2011 – 2016**

AUTORES:

**Belduma Chicaiza, Anthony Bryan
Paredes Gutiérrez, Alberto Rudy**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR:

Ing. ROCHE AGUIRRE, MARÍA LAURA, Mg, PMP

Guayaquil, Ecuador

20 de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Belduma Chicaiza, Anthony Bryan Paredes Gutiérrez, Alberto Rudy**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTORA

f. _____
Ing. ROCHE AGUIRRE, MARÍA LAURA, Mg, PMP

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, a los veinte días del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Belduma Chicaiza Anthony Bryan y
Paredes Gutiérrez Alberto Rudy**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016** previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 20 de septiembre del 2017

LOS AUTORES

f. _____

Belduma Chicaiza, Anthony Bryan

f. _____

Paredes Gutiérrez, Alberto Rudy



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Belduma Chicaiza Anthony Bryan y
Paredes Gutiérrez Alberto Rudy**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 20 de septiembre del 2017

LOS AUTORES:

f. _____

Belduma Chicaiza, Anthony Bryan

f. _____

Paredes Gutiérrez, Alberto Rudy

REPORTE URKUND

← → ↻ Es seguro | <https://secure.orkund.com/view/29939452-635901-573640#q1bKLVayic>

URKUND

Documento	Alberto Paredes.docx (D30333841)
Presentado	2017-09-01 06:57 (-05:00)
Presentado por	maria roche (maria.roche@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	maria.roche.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Tesis completa alberto paredes bryan belduma Mostrar el mensaje completo

0% de estas 54 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Ing. María Laura Roche

Alberto Paredes Gutiérrez

Bryan Belduma Chicaiza

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios que me dio la vida y me ha permitido avanzar cada día. A mis padres por su confianza en mí en todo momento y su apoyo incondicional. A mi esposa por su amor incondicional y ánimo en todo momento. A mi dulce y amada hija Ma. Paz gracias por tanta inocencia, amor y cariño en estos momentos de esfuerzos.

Alberto Paredes.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios que me dio la vida y la sabiduría de a ver permitido avanzar cada día. A mis padres por su confianza en mí en todo momento y su apoyo incondicional. A mis amigos que siempre no hemos apoyado en todo momento de esfuerzo.

Bryan Belduma.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi esposa, a mi hija quien es la fuente de mi inspiración para superarme día a día.

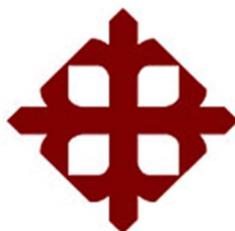
A mis padres y hermanos sin su apoyo no estaría hasta donde he llegado.

Alberto Paredes.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres, amigos quienes han estado ahí para ayudarnos en las buenas y en las malas quienes son la fuente de mi inspiración para el crecimiento del día a día.

Bryan Belduma.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. María Laura Roche Aguirre, Mgs
TUTORA

f. _____

Ing. Esther Georgina Balladares Calderón, Mgs
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

CPA. Carlos Alberto Paredes Paredes, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA

Guayaquil 31 de Agosto de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniera **María Laura Roche Aguirre**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTORA del proyecto de grado de **Paredes Gutiérrez Alberto Rudy y Belduma Chicaiza, Anthony Bryan**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **0%** de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos la Tutora **Ing. María Laura Roche Aguirre** y el Sr. **Paredes Gutiérrez Alberto Rudy** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 DIEZ SOBRE DIEZ.**

Atentamente,

Ing. María Laura Roche Aguirre

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Paredes Gutiérrez Alberto Rudy

Guayaquil 31 de Agosto de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniera **María Laura Roche Aguirre**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTORA del proyecto de grado de **Paredes Gutiérrez Alberto Rudy y Belduma Chicaiza, Anthony Bryan**, cúpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **0%** de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejó constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos la Tutora **Ing. María Laura Roche Aguirre** y el Sr. **Belduma Chicaiza, Anthony Bryan** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 DIEZ SOBRE DIEZ.**

Atentamente,

Ing. María Laura Roche Aguirre

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Belduma Chicaiza, Anthony Bryan

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN	IV
REPORTE URKUND.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VIII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVII
RESUMEN.....	XIX
ABSTRACT.....	XX
INTRODUCCIÓN	21
Capítulo 1 Problemática.....	24
1.1 Formulación del problema.....	24
1.1.1 Antecedentes.....	27
1.1.2 Contextualización del problema.....	30
1.2 Objetivos de la investigación	31
1.2.1 Objetivo general.....	31
1.2.2 Objetivos específicos.....	31
1.3 Justificación de la investigación.....	31
1.3.1 Justificación teórica.....	32
1.3.2 Justificación metodológica.....	32
1.3.3 Justificación práctica.....	32
1.4 Preguntas de investigación y / o hipótesis.....	33
1.4.1 Pregunta de investigación.....	33
1.4.2 Sistematización de la investigación.....	33
1.5 Limitaciones y delimitaciones.....	33
1.5.1 Delimitaciones.....	33
1.5.2 Limitaciones.....	34

1.6	Variables de la investigación.....	35
Capítulo 2 Marco teórico		36
2.1	Informalidad en la economía.....	37
2.1.2	Informalidad en el Ecuador.....	40
2.1.3	Entes gubernamentales de control sector formal.	41
2.1.4	Proceso de registro de personería jurídica en la Superintendencia de Compañías.....	44
2.1.5	Estadísticas de desempleo.....	53
2.1.6	Importancia de fomentar una imagen corporativa en negocios.	57
2.1.7	La economía popular y solidaria.....	63
2.1.8	La Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.....	65
2.1.9	Corporación de Finanzas Populares y Solidarias – CONAFIPS.....	66
2.1.10	Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS.	67
2.1.11	Corporación de seguro de depósitos, fondo de liquidez y fondo de seguros privados (COSEDE)	67
2.1.12	Entidades de la Economía Popular y Solidaria.	68
2.1.13	Características de la Economía Popular y Solidaria.....	69
2.1.14	El Régimen Simplificado en Ecuador.	70
2.1.15	Ejemplos de Régimen Simplificados en otros países.....	76
2.2	Aspectos de nivel microeconómico.....	84
2.2.1	Estudio de mercado.....	84
2.2.2	Demanda	85
2.2.3	Oferta.....	85
2.2.4	Brecha de mercado.....	86
2.2.5	Importancia de la marca.....	86
2.2.6	Análisis FODA.....	87
2.2.7	Competencia central.....	87
2.2.8	Competencia distintiva.....	87
2.2.9	La cadena de valor de la empresa.	88
2.2.10	La cadena de valor de la industria	88
2.2.11	La competitividad de costos.....	88
2.2.12	Benchmarking	88
2.2.13	Evaluación representativa de fortaleza competitiva ponderada.	89
2.2.14	Estrategia	89

2.2.15	Tipos de estrategias	91
2.2.16	Pasos para implementar una estrategia.....	91
2.3	Marco conceptual.	92
Capítulo 3	Marco metodológico.....	93
3.1	Diseño de investigación.....	94
3.2	Metodología de la investigación.....	96
3.2.1	Métodos teóricos.	97
3.2.2	Métodos empíricos.	99
3.2.3	Métodos matemáticos.....	99
3.3	Población y muestra.	99
3.4	Herramientas de recopilación de datos.....	100
3.4.1	Según sus objetivos	101
3.4.2	Según las preguntas.....	101
3.4.3	Según el medio de captura	102
3.5	Presentación de resultados.....	103
3.5.1	Presentación de encuestas	104
3.5.2	Presentación de los resultados de la observación.....	115
3.6	Informe de puntos críticos.	115
Capítulo 4:	Análisis de resultados.....	118
4.1	Factores que influyen en la informalidad de los negocios.	119
4.1.1	Tipos de negocios informales.....	121
4.1.2	Factores financieros	122
4.1.3	Factores administrativos.....	125
4.2	Planificación para garantizar la factibilidad de un negocio	126
4.3	Factores claves del éxito.....	128
4.4	Soluciones para ayudar al emprendedor en su negocio.....	133
Conclusiones	138
Bibliografía	140
Apéndice	144
Formato de la encuesta.....		158
Formato de la ficha de observación.		160

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. <i>Cronograma de actividades</i>	34
Tabla 2. <i>Presupuesto</i>	35
Tabla 3. <i>Tasa de desempleo por ciudades auto – representadas, marzo 2008 - 2016</i>	57
Tabla 4. <i>Cuotas RISE vigentes años 2017 - 2019</i>	74
Tabla 5. <i>Nivel de educación de los encuestados</i>	104
Tabla 6. <i>Actividades de los encuestados</i>	106
Tabla 7. <i>Experiencia de los encuestados en el sector formal</i>	107
Tabla 8. <i>Percepción de las condiciones para el trabajo formal</i>	108
Tabla 9. <i>Impedimentos para la realización de actividades económicas</i>	109
Tabla 10. <i>Tipos de impedimentos para la realización de actividades económicas</i> .	110
Tabla 11. <i>Factores que impiden la legalización de los negocios informales</i>	111
Tabla 12. <i>Percepción sobre la necesidad de capacitación al sector informal</i>	112
Tabla 13. <i>Disposición para la legalización de las actividades</i>	113
Tabla 14. <i>Tipo de asesoría a recibir</i>	114

ÍNDICE DE FIGURAS.

<i>Figura 1.</i> Sitio de información.....	46
<i>Figura 2.</i> Selección societario.....	46
<i>Figura 3.</i> Selección de Constitución por Reserva de Dominio.....	47
<i>Figura 4.</i> Selección de Constitución por Reserva de Dominio.....	47
<i>Figura 5.</i> Sitio de operaciones y actividades comerciales	48
<i>Figura 6.</i> Datos para la constitución del dominio.....	48
<i>Figura 7.</i> Denominación de la persona jurídica.....	49
<i>Figura 8.</i> Selección del nombre jurídico	50
<i>Figura 9.</i> Sitio de selección	50
<i>Figura 10.</i> Registro del nombre jurídico	51
<i>Figura 11.</i> “Información de la empresa”	51
<i>Figura 12.</i> “Instructivo detalle compañía”.....	52
<i>Figura 13.</i> “Portal de ayuda empresa”	52
<i>Figura 14.</i> “Reserva del nombre jurídico”.....	53
<i>Figura 15.</i> Tasa de participación bruta a nivel nacional, urbano rural 2007 – 2016 .	54
<i>Figura 16.</i> Tasa de participación global a nivel nacional, urbano y rural 2007 – 2016	54
<i>Figura 17.</i> Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007 – 2016	55
<i>Figura 18.</i> Tasa de desempleo por tipo de gestión a nivel nacional, 2007 – 2016....	55
<i>Figura 19.</i> Tasa de desempleo por sexo a nivel nacional, 2007 - 2016.....	56
<i>Figura 20.</i> Cadena de valor de los servicios de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.....	66
<i>Figura 21.</i> Tipos de investigación usados en el proyecto.....	95
<i>Figura 22.</i> Proceso de tratamiento de la información métodos teóricos.....	98
<i>Figura 23.</i> Nivel de educación de los encuestados	104
<i>Figura 24.</i> Actividades de los encuestados.....	106
<i>Figura 25.</i> Experiencia de los encuestados en el sector formal.....	107
<i>Figura 26.</i> Percepción de las condiciones para el trabajo formal	108
<i>Figura 27.</i> Impedimentos para la realización de actividades económicas.....	109
<i>Figura 28.</i> Tipos de impedimentos para la realización de actividades económicas	110
<i>Figura 29.</i> Factores que impiden la legalización de los negocios informales	111

<i>Figura 30.</i> Percepción sobre la necesidad de capacitación al sector informal.....	112
<i>Figura 31.</i> Disposición para la legalización de las actividades	113
<i>Figura 32.</i> Tipo de asesoría a recibir	114
<i>Figura 33.</i> Estructura de comercialización de vendedores informales.....	123
<i>Figura 34.</i> Proceso de control administrativo.....	127
<i>Figura 35.</i> Pasos para potenciar un negocio.	134
<i>Figura 36.</i> Registro de usuarios en portal de recaudación de dinero.....	135
<i>Figura 37.</i> Identificación de los usuarios que necesitan dicho capital	135
<i>Figura 38.</i> Perfil de usuarios.....	136
<i>Figura 39.</i> Forma de pago.....	136
<i>Figura 40.</i> Modelo de reclutamiento de la inversión a través de canales de comunicación.	137
<i>Figura 41.</i> Puestos de comercialización de ropa en el sector de la Bahía	161
<i>Figura 42.</i> Puestos de comercialización de calzado en el sector de la Bahía	161
<i>Figura 43.</i> Puestos de comercialización de maletas en el sector de la Bahía	162
<i>Figura 44.</i> Puestos de comercialización de artesanías, mercado de Guayaquil.....	162
<i>Figura 45.</i> Vendedores de golosinas en los buses de la ciudad de Guayaquil.....	163
<i>Figura 46.</i> Puestos de comercialización de gorras en Guayaquil.	163
<i>Figura 47.</i> Puestos de comercialización de CD's en Guayaquil.....	164
<i>Figura 48.</i> Puestos de comercialización de comidas en Guayaquil.....	164
<i>Figura 49.</i> Puestos de comercialización de vegetales en Guayaquil.	165
<i>Figura 50.</i> Puestos de comercialización de calculadoras en Guayaquil.	165

RESUMEN

En el Ecuador, la tendencia apunta a establecer negocios con capacidad para industrializar materias primas, porque eso permite el cambio de la matriz productiva, sin embargo el ámbito empresarial aún no está preparado porque no existen programas de acompañamiento al emprendedor, evidenciándose esto en el sector informal, la cual en la ciudad de Guayaquil se siente amenazada por un ente gubernamental que obliga a cumplir requisitos legales que disminuyen capital de trabajo y que hace pagar tasas de contribución sin antes generar un porcentaje de ventas para cubrir dicha salida de dinero. En el centro de la ciudad de Guayaquil se pueden observar vendedores ambulantes que no cuentan con permiso alguno para comercializar sus productos, sin embargo de acuerdo a la encuesta realizada, la falta de trabajo formal, los altos precios de la canasta básica y obligaciones en el hogar, hace que improvisen y tengan que ejecutar cualquier profesión independientemente si esta no se encuentra en regla, esto ocasiona en el futuro que la persona emprendedora evite crecer económicamente, pase el tiempo y sus oportunidades laborales desaparezcan, por falta de estudios que le permitan competir en el mercado de trabajo, es necesario que el Gobierno Nacional realice actividades que promuevan el emprendimiento, no solamente por la falta de recursos económicos sino también con una dirección eficaz, donde la persona se convierta en un potencial administrador del negocio y adicionalmente potencie su actividad que le permite generar ingresos.

Palabras clave: Informal, población económicamente activa, negocios, empleo, entidades gubernamentales, emprendimiento.

ABSTRACT

In Ecuador, the tendency is to establish businesses with the capacity to industrialize raw materials, because that allows the change of the productive matrix, however the business environment is not yet prepared because there are no accompanying programs to the entrepreneur, evidencing this in the sector informal, which in the city of Guayaquil feels threatened by a government entity that enforces legal requirements that reduce working capital and that makes pay tax rates without first generating a percentage of sales to cover such outflow of money. In the center of the city of Guayaquil can be observed street vendors who do not have permission to market their products, however according to the survey, the lack of formal work, high prices of the basic basket and obligations in the home, makes improvise and have to execute any profession independently if this is not in order, this causes in the future that the entrepreneur avoided growing economically, pass the time and his job opportunities disappear, for lack of studies that allow him to compete in the labor market, it is necessary for the National Government to carry out activities that promote entrepreneurship, not only because of the lack of economic resources but also with effective management, where the person becomes a potential administrator of the business and additionally enhances its activity which allows you to generate income

Key words: Informal, economically active population, business, employment, government entities, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación analiza uno de los principales problemas socioeconómicos en el Ecuador, la informalidad, la cual nace debido a la falta de cumplimientos legales de los emprendedores hacia organismos de control, es decir cubrir requerimientos que la legislación ecuatoriana establece para que un modelo o idea de negocios sea sujeto a regulación y control; se toma como antecedente de referencia a la Organización Internacional del Trabajo (2009), entidad que afirma una problemática que evita la formalidad de los negocios se centra en los requisitos legales, porque demandan recursos económico previos que deben pagar en procesos burocráticos, el emprendedor está limitado en liquidez, porque el poco capital de trabajo con el que cuenta lo ha destinado para cubrir sus gastos operativos o realizar la inversión en mercaderías.

El emprendedor al momento de colocar su negocio, tiene una vaga idea de la actividad económica, ocasionado por la falta de estudios en temas administrativos, financieros y económicos. El negocio en la puesta en marcha se maneja de manera empírica, es decir sin una planificación previa, ello incluye la ausencia de un estudio legal para colocar un negocio acorde a las leyes vigentes ecuatorianas, un estudio de mercado para determinar la oportunidad de negocios y un cálculo previo para conocer el impacto económico de formar una empresa con todos los aspectos legales cubiertos (Servicio de Rentas Internas, 2012).

En referencia al Servicio de Rentas Internas (2015) en su reporte de recaudación anual tributario afirma que el sector de la informalidad crece debido a que los emprendimientos evitan comprometer ingresos variables en función al pago de tributos, porque afecta los precios de los productos o servicios que ofertan y además les quita capital de trabajo de inversión de manera inmediata, aunque la empresa aún no se encuentre posicionada en el mercado. Para Cervantes (2013) de acuerdo a su libro sobre evaluación financiera afirma que el negocio debe tributar, porque evidencia su capacidad de cubrir obligaciones, se puede identificar el nivel de ingresos en comparación con nivel de operaciones, que luego son tomadas como referencia en caso

que el emprendedor tenga que solicitar algún tipo de financiamiento en el corto o mediano plazo.

La contabilidad también es otro de los factores ausentes en los negocios que permanecen en la informalidad, ocasionando los siguientes efectos: una falta de control y registro del negocio para la toma de decisiones; impedimento que el negocio en marcha sea sujeto a posible apalancamiento en el futuro, es decir si el negocio requiere de inyección de capital para seguir funcionando, difícilmente entidades financieras puedan colocar su capital en la idea de negocio del emprendedor, ya que no encuentran en papeles un historial financiero en cifras de cómo ha reaccionado su economía en el sector de mercado al cual apunta (Emery, 2011).

Dentro de la revisión general del problema planteado se ha encontrado el análisis de variables macroeconómicas y microeconómicas, las mismas que se detallan en el marco teórico. El problema en análisis se puede abordar en diferentes campos, el primero porque las condiciones legales lo obligan a ser informal y el segundo por los limitados recursos económicos impiden tener un personal más organizado para encargarse del control financiero de los recursos. Los libros de administración y finanzas abordan casos de aplicación sobre grandes empresas con reconocimiento internacional, pero no hacen énfasis en los problemas que se tiene en el negocio al inicio de sus operaciones, lo que hace que el presente trabajo tome mayor relevancia.

El desarrollo del proyecto de titulación se divide en los siguientes capítulos:

El capítulo 1 hace referencia al planteamiento del problema del proyecto de investigación, donde se describe en detalle la situación actual de los comerciantes informales, descritos en reportes estadísticos por parte de organismos acreditados por el Gobierno Central y páginas especializadas en este problema social.

En el capítulo 2 se muestra una revisión teórica del concepto de la informalidad, para que el lector pueda relacionar la problemática planteada en el capítulo 1 y los requisitos que deben cumplir los emprendedores para formar parte del sector formal en la ciudad de Guayaquil. En este capítulo se plantea la premisa del emprendedor,

que la informalidad es una consecuencia de la falta de capacitación legal sobre ¿cómo constituir un negocio?

En el capítulo 3, se aplica la investigación de campo, donde se toma una pequeña muestra sobre el pensamiento de los emprendedores en el tema de colocar su negocio, si este fue influido por la falta de empleo, por la necesidad de cubrir las necesidades financieras de su núcleo familiar, o quizás si el oficio fue aprendido por las enseñanzas de un familiar, cabe recordar que según libros de administración y de emprendimiento, el principal problema a cubrir antes de colocar un negocio es, encontrar la necesidad a cubrir, sin embargo la falta de conocimiento legal es la parte a analizar en el presente trabajo.

En el capítulo 4, se analizan los criterios expuestos en el capítulo 3, de manera que se tome como evidencia criterios que han sido desatendidos, por ejemplo la falta de una escuela de negocios que enseñe de manera práctica a elaborar contingentes en la puesta en marcha del negocio, o una guía prácticas que sirva como base para que los dueños de los negocios informales puedan cumplir con requisitos mínimos sobre la formalidad para que su negocio pueda salir de dicha situación, trabaje de manera legal y a su vez obtenga respaldos suficientes que evidencien su desarrollo económico desde que se puso en marcha.

Cabe recalcar que el presente trabajo de investigación no tiene el objetivo de modificar o adaptar las leyes a las necesidades de los emprendedores, sino que pone en juicio de análisis, posibles impedimentos o disposiciones legales, técnicas y económicas que impiden que los emprendedores busquen la legalidad de sus negocios en personerías naturales y jurídicas. Existen modalidades como el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano que ha facilitado la cobertura de pago de obligaciones de negocios bajo una cuota de referencia de bajo costo para declarar al negocio como formal, pero que en la actualidad no ha sido de la acogida de todos los emprendimientos del Ecuador, ocasionando que aún la informalidad sea un problema social que el Gobierno Nacional debe tratar.

Capítulo 1 Problemática.

1.1 Formulación del problema

Se expuso en la introducción del trabajo de investigación, dos tipos de enfoques para el desarrollo de la tesis, un enfoque macroeconómico sobre factores que generen la informalidad y un enfoque microeconómico por la falta de control en los emprendimientos. En referencia al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014) sobre las causas macroeconómicas de negocios que incumplen términos legales afirman que la informalidad se origina por:

Factor 1: El desempleo y la inestabilidad laboral forman condiciones desfavorables para los trabajadores, como: acceso a salarios mínimos, requisitos académicos especializados que muy pocos poseen, jornadas de trabajo extraordinarias sin remuneración, sueldo sombra, entre otros, son características que encuentran los ecuatorianos en la empresas. La falta de ofertas laborales condiciona que los ecuatorianos se aferren a un puesto de trabajo porque necesitan el ingreso económico para mantener a sus familias, si no lo consiguen recurran al emprendimiento.

Factor 2: El ambiente político del país ocasiona que la comercialización de mercaderías o prestación de los servicios afecten los precios; si el negocio es nuevo y oferta precios acordes a la competencia, se ve influido por el agregado de impuestos, puede ser una desventaja, el cliente o consumidor no encuentra ventaja en adquirir la mercadería en establecimientos más seguros y reconocidos por el historial en el mercado porque compran al mismo valor, evitando comprar a los nuevos emprendimientos, retrasando así su consolidación en el mercado.

Factor 3: Cobertura de tasas y contribuciones a entidades gubernamentales; en la ciudad de Guayaquil al constituir una empresa, se incurren en gastos anticipados como por ejemplo el pago de una escritura para formar la nueva personería jurídica, cobertura de honorarios profesionales al especialista legal para registrar el nombre en el Superintendencia de Compañías, cumplimiento de tasas de habilitación, permiso de suelo, habilitación del cuerpo de bomberos para el funcionamiento de la actividad económica, dinero líquido mínimo de \$ 800.00 dólares para la constitución de capital

económico de la compañía, entre \$ 1,000.00 a \$ 2,000.00 dólares para la apertura de una cuenta bancaria de personería jurídica, entre otros valores que suman la inversión mínima que debe tener el emprendedor.

Los factores antes mencionados constituyen una desventaja en el ambiente macroeconómico, los cuales no son variables, es decir no se pueden cambiar de acuerdo al negocio, requieren la salida de dinero de manera anticipada y sin que el emprendedor haya generado su primera venta. Por ahora no se ha tocado temas relacionados con las necesidades financieras internas de un negocio, pero se puede realizar un cálculo aproximado de acuerdo a valores encontrados en notarias, Servicio de Rentas Internas, Municipio de Guayaquil, los cuales se mencionan a continuación.

- Constitución de la escritura pública = \$ 220.00 (lo realiza una notaría)
- Apertura de una cuenta corriente personería jurídica = \$ 1.000,00 a \$ 2,000.00 (requisitos de las entidades bancarias ecuatorianas)
- Tasa de habilitación = \$ 40.00 (en un local de 30 metros cuadrados)
- Patente Servicio de Rentas Internas = \$ 10.00 (en función al capital suscrito de una compañía de \$800.00)
- Patente municipal = \$ 10.00 (en función al capital suscrito de una compañía de \$800.00)
- 1.5 por 1000 al Universidad de Guayaquil = \$ 5.00 (en función al capital suscrito de una compañía de \$800.00)
- Permiso del cuerpo de bomberos = \$ 100.00 (en una actividad de servicios profesionales)
- Honorarios profesionales = \$500.00 (pago a un Contador Público Autorizado para la firma de balances, declaración de impuestos y demás requerimientos del Servicio de Rentas Internas)
- Capital mínimo constitución de una compañía = \$ 800.00

Total de gastos legales por constitución de compañía aproximado = \$ 3,685 dólares

Con el análisis realizado por información expuesta por la Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014), se infiere que lo primero para constituir una personería

jurídica es un financiamiento de por medio, los mismo que cubre los permisos, el local adecuado y aprobado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos. Para el análisis microeconómico sobre factores que enfrenta el emprendedor se tiene lo siguiente:

En referencia a Ross (2012) en su libro de materia financiera, hace hincapié que las ideas de negocio se pueden clasificar según la producción que tengan, es decir si se dedican a comercializar productos tangibles o intangibles, la primera se caracteriza por manejar un inventario de mercaderías previo, mientras que la segunda no requiere de inventario pero si un grupo especializado de trabajadores que otorgan el servicio, para los dos casos se necesitan requerimientos para que funcionen de manera operativa.

Es necesario describir un producto o servicio antes de ofertarlo; en este factor se puede relacionar también variables macroeconómicas, porque si el mismo no puede ser comercializado en función a las leyes, se estaría infringiendo en la legalidad. En el ámbito que el bien comercializado no tenga una restricción legal previa, es necesario considerar la facilidad de acceso al crédito, negociaciones previas con el proveedor o capacidad para comprar toda la mercadería.

En relación a Chaves (2013) indica que los negocios que comercializan productos tangibles, el riesgo es mayor, porque dependen de un limitado número de artículos para obtener un beneficio, sin embargo en el caso de los productos intangibles esto no sucede, su operatividad está en la capacidad de especialización de su recurso humano, aunque necesitan un periodo de aprendizaje para ello. Los dos requieren capital de trabajo, si un emprendedor que tiene un negocio formal, toma malas decisiones fundamentadas en el manejo de su inventario, puede ponerlo en riesgo, incluso llevarlo a la quiebra, perdiendo así la personería jurídica que fundó antes de sus operaciones comerciales.

Instalaciones del local comercial u oficina.- en un negocio formal, el lugar de trabajo es importante porque permite dar un domicilio de la actividad comercial que se realiza, para ello se requiere capital de por medio, es decir si el emprendedor no dispone de un lugar propio para comenzar una actividad comercial en un sitio estratégico, debe alquilar el mismo. El concepto de alquiler observado en la ciudad de

Guayaquil se negocia bajo una garantía, valor que constituye uno o dos meses de arriendo por adelantado, es decir, si el valor del arriendo de una oficina es de \$ 300.00 dólares, y la persona que se es dueña del bien trata de poner como condición dos meses de arriendo, el emprendedor debe tener por concepto de inversión para obtener el local \$ 900.00 dólares, más los gastos por adecuación que tenga que realizar adaptado a las actividades comerciales que practica.

Tiempo de aprendizaje, este factor puede ser atribuido cuando el emprendimiento este en marcha, las personas que contrata el dueño del negocio, según una estructura de control y operatividad, no pueden ejecutar su trabajo de manera inmediata, necesitan un tiempo de prueba o aprendizaje para que logren aportar con el desempeño que el dueño del negocio requiere. Si el equipo de trabajo necesita un tiempo de 3 meses para lograr aprender los procesos y ejecutar de manera eficiente su trabajo garantizando un resultado positivo, entonces el emprendedor necesita la inversión del valor de su nómina multiplicado por el tiempo de aprendizaje para mantener su grupo de trabajo, en expectativas de que logre un beneficio positivo para la empresa.

Los valores de inversión para el aspecto microeconómico son difíciles de cuantificar porque requiere de un análisis específico de acuerdo al tipo de actividad que se realiza, por lo tanto en función a los tipos de modelo de negocios que pueden adoptar las empresas que existen en el Ecuador, el enfoque que se toma con el presente trabajo de investigación es de tipo macroeconómico. A continuación se muestra un breve antecedente de la informalidad en el Ecuador, a que tipos de negocios afecta más y cuáles son los orígenes del mismo.

1.1.1 Antecedentes.

La formalidad de los negocios, es un tema que en Ecuador se ha debatido durante muchos años, ya que pese a existir información en el Banco Central, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que la cataloga como un problema social, entidades gubernamentales y profesionales que se dedican a la regularización de las empresas, no se ha podido establecer un control total de los negocios que nacen en el Ecuador, como resultado se tiene que en su mayoría los negocios operan sin ser regulados; esto

debido a la iniciativa del emprendedor, que radica su importancia en determinar una actividad económica que le genere ingresos, dejando en segundo plano la regulación de su emprendimiento.

En el Ecuador uno de los principales problemas socioeconómicos, es la presencia de comerciantes informales, es decir negocios que no poseen Registro Único de Contribuyentes (RUC) ni están bajo el Régimen Impositivo Simplificado (RISE), según el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2015) afirma que, del 100% de los negocios en el Ecuador, el 39.31% permanece en condiciones de la informalidad.

Para IDE Business School (2012), indica que el emprendimiento en el Ecuador nace de la premisa de ausencia de plazas de trabajo, además de percibir una remuneración justa de acuerdo a sus capacidades intelectuales, por lo que se busca en primera instancia percibir el beneficio económico de manera inmediata, catalogando al cumplimiento tributario como una barrera a la incursión del mundo de los negocios.

El perfil de las personas que tienen negocios informales los caracteriza por ser jefes de hogar, se han quedado sin empleo, o no cumplen con los requisitos mínimos en estudio para acceder a una remuneración digna, y a su vez formar parte de una organización que le pague beneficios sociales. Para América Economía (2015) indica que la informalidad es un emprendimiento a medias, ya que se ha preocupado de buscar la necesidad del mercado pero no se ha cumplido con los reglamentos que establece la ley.

Para Philip (2011) la informalidad limita al modelo de negocios, porque impide tener la capacidad para contratar personal, acceder a mano de obra calificada, apalancamientos financieros por la falta de registros contables que midan la economía del negocio evidenciando su cobertura de pago, o a su vez planes contingentes que aumente su capacidad de abastecimiento en el mercado.

En referencia a Ávila (2011), una economía potencial, debe fomentar el crecimiento del negocio con incentivos tributarios que le permitan a los inversionistas recuperar sus recursos económicos iniciales en el corto o mediano plazo, el beneficio

para la sociedad sería la oferta de plazas de trabajo con remuneraciones acorde a una estructura de costos con capacidad de proporcionar rendimiento a sus accionistas.

Si una economía implementa políticas tributarias radicales, puede afectar el desarrollo económico de un negocio en su capital de trabajo, destinando recursos necesarios al pago ante la recaudadora tributaria, con una incertidumbre en el próximo mes de ausencia de ingresos, ya que imposibilita poder autofinanciarse, eliminando así un contribuyente que pague impuestos (Krugman 2008).

Frente a una política tributaria radical, un grupo de emprendedores que no encuentra trabajo pero necesita un ingreso económico rápido para cubrir su presupuesto familiar, recurre a la informalidad, la cual consiste en evadir las responsabilidades legales regidas en códigos de comercio para desempeñar una actividad, evitando que se pague recursos económicos necesarios para financiar sus operaciones por el limitado capital que se tiene para el funcionamiento del negocio (Paz y Miño 2015).

En el Ecuador existe informalidad, un problema que el Servicio de Rentas Internas ha intentado regular a través del RISE pero hasta el 2015, no ha logrado la fomentación de una cultura tributaria de pagos. Se infiere que existe incompatibilidad sobre la forma de recaudación y la fijación de cuotas de aportación,

Para Concha (2013) cualquier emprendimiento representa una inversión inicial que muchas veces el emprendedor no cuenta, ya que busca tener de manera rápida el beneficio económico para cubrir su presupuesto familiar; la formalidad hace que se demande dinero para el trámite de la escritura pública, permisos municipales, cuerpo de bomberos, sobre ideas de negocios que se desconocen un éxito en el corto plazo.

Si bien es cierto existe un RISE que nació como alternativa para que negocios pasen a la formalidad, según el Servicio de Rentas Internas (2012) siete de cada diez negocios, están en mora por el pago de cuotas. Una evasión del cumplimiento de las leyes ocasiona problemas a futuro, porque genera sanciones en el negocio e impedimento para seguir laborando.

En el Ecuador la falta de planificación en modelo de negocios, ocasiona una incertidumbre en el emprendimiento, ya que las ideas son improvisadas, basadas en la experiencia de un amigo, familiar, conocido o maneja la tendencia de vendedores informales en las calles. Tomando como referencia estos antecedentes se plantea un análisis del sector informal en el Ecuador desde dos perspectivas, uno en base a los requisitos que exige la ley para su funcionamiento y otro el conocimiento administrativo para poner en marcha el negocio.

Se prevé que el presente estudio sirva como base para que entidades gubernamentales, revisen las condiciones legales que demandan para que un negocio sea formal, y motiven al emprendimiento en el Ecuador, sobre todo para aumentar el número de plazas de trabajo, ya que según cifras del INEC, cada año las empresas exigen mayor calidad en la mano de obra, discriminando a un grupo social que se queda sin ingreso fijo para sostener a su familia, influenciando que se genere otro emprendimiento bajo el sector informal.

1.1.2 Contextualización del problema.

El campo de la investigación a desarrollar se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, considerada el segundo motor de la economía ecuatoriana, dentro de su jurisdicción tiene entes de control como el Servicio de Rentas Internas, Municipio de Guayaquil y dependiendo del producto o servicio que desarrolle, la vigilancia del Cuerpo de Bomberos, quién a través de una revisión técnica, emite la aprobación del establecimiento para su funcionamiento.

Dentro de la regulación de las actividades del Servicio de Rentas Internas existe la definición de dos tipos de contribuyentes, uno representado como persona natural, donde el negocio regulado toma como razón social los nombres completos del emprendedor y la segunda como contribuyente normal o especial, la misma que tiene como criterio de funcionamiento el nombre de una empresa que tiene como respaldo una escritura pública que da origen a su calidad de persona jurídica.

La dimensión tomada como referencia apunta a pequeños negocios sobretodo en la parte ambulante de la ciudad, es decir personas que van por las calles de la ciudad ofreciendo productos elaborados o de estado natural, que no cuentan con un puesto propio y tampoco con una imagen corporativa de compañía; su característica dentro del mercado es apuntar al precio, ofreciendo los producto mucho más baratos que sus competidores que cuentan con un sitio para atender a sus clientes.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general.

Analizar los factores que determinan la informalidad en el Ecuador años de análisis 2011 – 2016.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Elaborar un marco teórico sobre el concepto de la informalidad de los negocios a nivel de la ciudad de Guayaquil.
- Diseñar un marco metodológico sobre el perfil del emprendimiento informal en el Ecuador basado en estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Determinar los factores que influyen a la informalidad en los negocios en la ciudad de Guayaquil.

1.3 Justificación de la investigación

El objeto de estudio es analizar la informalidad en la ciudad de Guayaquil, interpretar de donde nace y cuáles podrían ser las necesidades a cubrir para bajar las estadísticas de este problema. Según el Gobierno Nacional para disminuir la falta de plazas de trabajo, es necesario incrementar la demanda laboral, es decir crear más negocios para que a su vez se creen más puestos de trabajo, sin embargo no analiza los factores que impiden a los negocios formalizarse; a continuación se muestran tres enfoques distintos sobre la justificación que llevo a los autores a tomar el presente trabajo de titulación:

1.3.1 Justificación teórica.

Según libros de administración y economía, para colocar un negocio es necesario cumplir con dos requisitos, el primero, definir el producto o servicio para ofertarlo en el mercado y el segundo identificar las personas o el mercado que requieren dicho producto o servicio, los cuales estarían dispuestos a pagar por este tipo mercaderías o experiencias. A nivel mundial, cada país tiene su propia regulación y disposiciones, sin embargo la importancia de cumplirlos es un requisito que pocos autores lo abordan, por lo tanto en la práctica el concepto de formalizar un negocio pasa a segundo plano.

1.3.2 Justificación metodológica.

Las situaciones que suceden en la realidad del negocio se basan directamente a las exposiciones de la transacción del producto con las condiciones directas de compra y venta entre el cliente y negocio informal. Las características de los negocios que se ven en la ciudad de Guayaquil comprenden negocios de venta de productos para el baño, productos de consumo masivo como agua, chocolates caramelos y otros, son pocos los servicios que ofrecen de manera informal.

Sin embargo no existe un estudio que recoja las opiniones de las personas que se mantienen en la clandestinidad, muchas veces evadiendo controles o regulaciones cuando los entes de control realizan operativos de regulación de estas actividades, por ello la importancia de sumar el trabajo de titulación como herramienta de análisis para conocer un poco el motor económico de la ciudad de Guayaquil.

1.3.3 Justificación práctica.

Evidenciar de manera práctica, la importancia en los modelos negocios el cumplimiento legal, de manera que se agreguen nuevos criterios de lectura para aquellos emprendedores que vayan a ejercer un oficio en la ciudad de Guayaquil, ellos puedan estar informados sobre los efectos en el caso que no quieran cumplir con alternativas legales en sus respectivos negocios.

1.4 Preguntas de investigación y / o hipótesis

En la presente investigación no se busca comprobar una serie de variables, sino sacar de dudas del por qué existen informalidad en la ciudad de Guayaquil, es decir los factores que lo generan, a continuación se muestra la pregunta de investigación planteada para el presente proyecto:

1.4.1 Pregunta de investigación.

¿Cuáles son los factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016?

1.4.2 Sistematización de la investigación.

- ¿Cuáles han sido las estadísticas de negocios informales en Guayaquil desde los años 2011 a 2016?
- ¿Cómo describir el perfil del emprendimiento informal a través de reportes estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)?
- ¿Qué tipo de factores influyen para que un negocio sea informal en la ciudad de Guayaquil?

1.5 Limitaciones y delimitaciones.

1.5.1 Delimitaciones.

- Sector de análisis: Informalidad
- Localización: ciudad de Guayaquil.
- Objeto analizado: emprendimientos que no están legalizados.
- Tipo de investigación: cuantitativa.
- Tiempo de investigación: 2 meses de estudio.

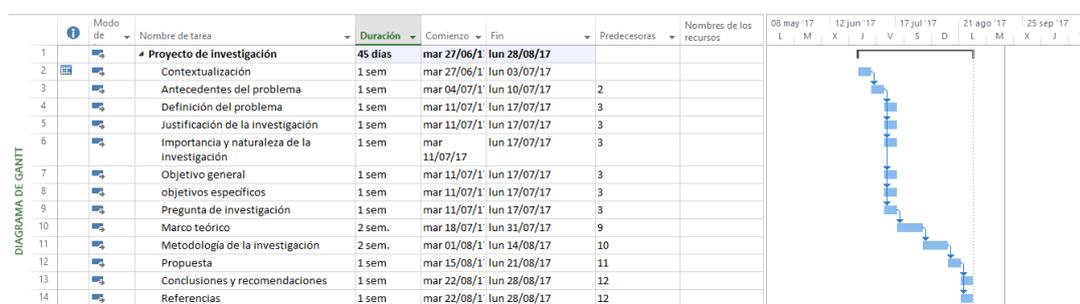
1.5.2 Limitaciones.

Dentro de las limitaciones en el estudio se definen factores como el tiempo, el presupuesto, ya que el trabajo de investigación se basa en un cronograma previamente establecido por la universidad que define un tiempo límite para la presentación del resultado al problema planteado. Para determinar el tiempo se utilizó como herramienta el diagrama de Gantt en función al índice de los puntos que contiene el presente trabajo de tesis, este se muestra a continuación:

- Tiempo:

Tabla 1.

Diagrama de Gantt de actividades.



- Presupuesto:

El presupuesto es otra limitante del estudio ya que se necesitan recursos económicos para investigar, tanto para buscar en libros como para movilizarse, estos valores se muestran a continuación.

Tabla 2.

Presupuesto

Ítem	Detalle	Costo	Tiempo	total
1. Movilización				
- Servicios básicos	Mensual	\$ 20.00	4 meses	\$ 80.00
-Transportación	Mensual	\$30.00	4 meses	\$ 120.00
Subtotal 1				\$ 200.00
2. Insumos de oficina				
-Materiales de escritorio	Papelería	\$ 80.00	1	\$ 80.00
-Material Bibliográfico	Libros	\$ 45.00	2	\$ 90.00
-Documentación	CD & DVD'S	\$ 22.00	1	\$ 22.00
-Suministros impresora	Tinta	\$ 23.00	1	\$ 23.00
Subtotal 2				\$ 215.00
3. Gastos Varios				
-Fotocopias	Copias	\$ 0.03	600	\$ 18.00
- Grabación CD'S		\$ 4.00	6	\$ 24.00
-Empastado		\$ 17.00	6	\$ 102.00
Subtotal 4				\$ 144.00
TOTAL GENERAL				\$ 559.00

1.6 Variables de la investigación.

- Variable independiente: Ausencia de información práctica sobre la legalidad de una idea de negocios.
- Variable dependiente: falta de relevancia en el cumplimiento de leyes y estatutos impresos en las leyes ecuatorianas.

Capítulo 2 Marco teórico

Dentro del capítulo 2 denominado marco teórico, se establecen ciertos antecedentes sobre la informalidad a nivel de Ecuador. Como se detalló anteriormente, la informalidad se origina por la falta de cumplimiento de estatutos legales, generando que el negocio no este registrado en las estadísticas tributarias de los organismos de control, este estado puede provocar problemas en el futuro, ya que el emprendedor no puede justificar la generación de sus ingresos, no posee historial real de sus transacciones, y en el momento de solicitar un apalancamiento para ampliar las operaciones, entidades financieras del medio se resisten a desembolsar algún crédito.

El presente capítulo se desarrolla en base a los siguientes puntos:

- Informalidad en la economía, así como los tipos de variables que se pueden dar en este segmento.
- Las entidades gubernamentales que regulan a los negocios informales y sobre qué bases lo hacen.
- Requisitos que se deben cumplir para legalizar un negocio.
- Pasos para crear una compañía en la Superintendencia de compañías.
- Estadísticas macroeconómicas que generan informalidad en el país, así como en la ciudad de Guayaquil.

Una vez descritos estos puntos, se puede tener una idea clara sobre el concepto que se aborda de informalidad en el presente estudio, cabe recalcar que dicha investigación se basa de un enfoque macroeconómico descrito en la problemática, donde se cuantificó el costo previo que debe cubrir el emprendimiento antes de iniciar operaciones. En el siguiente capítulo se realiza una recopilación sobre las opiniones sobre vendedores locales que se mantienen en la informalidad para conocer los factores macroeconómicos que los han motivado para no incurrir en la formalidad, tomando como antecedente un valor muy importante que es el costo previo para levantar la personería jurídica, descrita en el capítulo anterior de la investigación.

2.1 Informalidad en la economía

El término de informalidad fue colocado en un estudio realizado por el antropólogo Keith Hart cuando observó el comercio que se realiza en el país de Ghana, el cual consistía que pequeños empresarios desempeñaban una actividad comercial que estaba fuera del control del fisco, pero no tenían la característica de ser ilegales (K. Fernández 2006). Es decir generar fuente de empleo y trabajo pero no informar al Gobierno Central su desarrollo, de manera que se impida el pago de impuestos.

A veces existen razones de desconocimiento sobre el pago y cumplimiento de obligaciones con el fisco, o quizás exista una incompatibilidad de carga tributaria, generando que sea un factor influyente para caer en la informalidad, donde los dueños de los negocios no están dispuestos a dejar su medio de trabajo, prefiriendo pasar en el anonimato o reduciendo el precio, haciendo más atractivo su oferta.

Según el Programa de Recuperación de Empleo en América Latina y el Caribe (2002) indica que la informalidad es un efecto de la ausencia de trabajo en una economía, la imposibilidad de acceder a un salario digno y la necesidad de obtener recursos económicos suficientes para cubrir el presupuesto familiar. Esto se relaciona a los conceptos descritos anteriormente, ya que se busca una salida cuando la relación de dependencia no es accesible para todos los ciudadanos de un territorio.

Otro concepto de la informalidad es lo afirmado por Tallada (2010), “*la causa principal del empleo informal en los asalariados de las empresas formales es el incumplimiento del marco normativo, sea por desconocimiento de la ley o por incapacidad de pagar el costo de la formalidad del empleo*”. En cambio, la composición del sector informal de empresas es heterogénea y en la práctica corresponde mayoritariamente a micronegocios de trabajadores por cuenta propia y de microempresarios informales no registrados, cuyo principal problema es la poca dotación de capital y la pequeña escala en que operan, que les dificulta alcanzar niveles de productividad adecuados para cubrir los costos de la formalización. Para una mejor comprensión sobre el funcionamiento del sector informal se plantea a continuación algunos enfoques propuestos por la Organización Internacional del Trabajo (2009):

2.1.1.1 Sector informal, producción.

Se refiere a la calidad con la que se realiza el trabajo, partiendo desde la perspectiva que el negocio informal está limitado en su producción, no posee procesos tecnificados que le permitan acceder una economía a escala y debe vender sus productos por un precio atractivo, ya que nadie lo conoce, es decir no se tiene certeza de la calidad que se coloca en la percha de un mercado. La intensidad del trabajo se va perdiendo por la fatiga acumulada de los procesos, al no ser formal, no puede ofertar beneficios sociales, por lo cual tiene a su cargo mano de obra no calificada e inexperta, que frente a la ausencia de un contrato laboral puede ser que no se comprometan con el trabajo realizado, o soliciten ser socios de la actividad informal.

No aseguran un salario base, ya que existe una incertidumbre de generar ingresos y mantener su capital de trabajo para inventario, en caso de presentar un mercado a la baja no disponen de una línea de crédito, ya que no tienen cómo sustentar sus ingresos. Es decir al evitar presentar las declaraciones no tienen evidencia de la capacidad de atraer ingresos, por lo tanto las entidades financieras no los aprueban o simplemente ven inseguros la colocación de capitales de un negocio que no se tiene la certeza que esté en funcionamiento.

El negocio informal carece de un historial de crecimiento económico, ya que no está nada definido, no existe un proceso de tecnificación, aprendizaje y potencialización. El emprendedor no puede determinar los procesos que necesitan atención urgente, por lo tanto no puede mejorar, limitando así su desarrollo o alargar el periodo de vida de su negocio en el mediano plazo, además no sabe luego en qué momento puede salir de la informalidad, ya que desconoce de los trámites legales que debe de cumplir.

2.1.1.2 Sector informal, extralegalidad

Al no cumplir normas comerciales, laborales y fiscales, el modelo de negocio es catalogado como informal, independientemente de la evaluación de su actividad económica que este enmarcada en la ley.

En referencia a Borello (2011) indica que:

“La extralegalidad se entiende como una estrategia de supervivencia frente a las trabas burocráticas. Con su exceso de regulaciones, el Estado hace los costos de legalización inalcanzables. El no respeto de las leyes constituye la única forma de sobrevivir y de ejercer su iniciativa económica”.

Con esto se puede interpretar que un Estado puede ser duramente criticado por colocar leyes que impiden la fomentación del empleo, donde los costos para colocar una empresa de manera formal no justifican la incertidumbre de éxito que pueda tener, ya que nada garantiza que un fracaso económico asegure que el dinero invertido en trámites legales pueda ser devuelto al emprendedor, entonces se opta por la opción de evadir a la ley, iniciando primero la actividad para que luego a través del esfuerzo impartido se logre emplear el beneficio para cubrir las obligaciones legales.

Otro concepto que se maneja, es lo afirma por Phillip (2011):

“La causa de la existencia del sector informal estaría del lado del exceso de reglamentaciones y cargas fiscales asociadas a la creación y funcionamiento de las empresas; la única alternativa que le queda al ambiente empresarial es desobedecer las leyes y reglamentos y sólo así poder dar rienda suelta a la creación de empresas”.

Es decir que, si existe la posibilidad de empezar un emprendimiento, donde se asegure obtener un rendimiento económico de manera rápida, lo mejor es desobedecer las leyes y reglamentos, aprovechar la oportunidad y luego regularizar la situación, aún más si los trámites burocráticos impiden que se pueda llevar a cabo el modelo de negocios.

Otros criterios que se manejan en ese enfoque son: la alta presión fiscal y los costos administrativos, es imposible que se puedan absorber costos anticipadamente, ya que se desconoce que la empresa o negocio tengan resultados positivos, ya que primero se piensa en recuperar la inversión para que luego se pueda destinar recursos para contribuir con el desarrollo del país.

2.1.2 Informalidad en el Ecuador.

Según Maslow (1970) indica que el hombre basa sus necesidades de acuerdo a la calidad de vida que posee, partiendo desde una necesidad fisiológica donde: demande alimentos, salud, vivienda y educación, lo que busca en primera base cuando percibe una remuneración. En referencia al código de trabajo cuando una persona es contratada en relación de dependencia, existen beneficios adicionales a su remuneración como por ejemplo beneficios sociales y la afiliación a una seguridad social.

Cuando una persona está desempleada y su recurso económico está a punto de agotarse, no puede seleccionar un trabajo con mejores prestaciones o a su vez trata de satisfacer en primera instancia sus necesidades fisiológicas por lo tanto busca encontrar una actividad que le provea de ingresos para cubrirlos, volviendo lo afirmado en el párrafo anterior algo innecesario.

Para América Economía (2015) indica que existen casos en el Ecuador, donde personas no tienen acceso a una remuneración básica mínima y que están obligadas en emprender un negocio para buscar el pan de cada día, además de laborar más de 8 horas diarias, no tienen acceso a la seguridad social y son perseguidos por entes municipales por no tener permisos de funcionamiento.

La hipótesis planteada en la realidad ecuatoriana es ¿cómo gravar un impuesto sobre una actividad de personas que han emprendido sin que ellas representen un impacto económico frente a su limitado poder de inversión? Estas personas a su vez no llevan registros contables, no poseen Registro Único de Contribuyentes ni tienen contratado a personal de apoyo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015) indica que, un 58,6% de la población que realizaba alguna actividad laboral formaba parte en marzo del 2015 del sector informal de la economía, de los que tienen ‘empleo inadecuado’, más de la mitad (62 %) trabaja en el sector agropecuario.

2.1.3 Entes gubernamentales de control sector formal.

Antes de comenzar un negocio, tal como se describió en el antecedente de la investigación del capítulo 1, es necesario incurrir en valores previos antes del inicio de las transacciones comerciales, operar sin cumplir estas obligaciones, es considerado en la legislación ecuatoriana como informalidad y son objeto de sanción como: la emisión de multas, imposibilidad para realizar actos de comercio, hasta en algunos casos el cierre del local comercial.

Del análisis microeconómico se puede obtener que, el emprendedor debe de contar con un sitio para iniciar sus operaciones, que puede ser un local comercial u oficina, el mismo que debe describirlo antes de sacar el Registro Único de Contribuyentes y la escritura pública registrado en el Registro Mercantil y Superintendencia de Compañías. En caso de existir alguna notificación o que estos organismos de control tengan que dialogar con el dueño del local, la dirección permite de manera rápida una reunión oportuna. Estos entes gubernamentales se muestran a continuación.

2.1.3.1 Municipalidad de Guayaquil.

Denominada en la actualidad como Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil, se encarga de la administración del cantón Guayaquil, de una forma autónoma a la administración del Gobierno Central. La Municipalidad de Guayaquil tiene dos poderes adscritos el poder legislativo conformado por un Concejo Municipal y el poder ejecutivo representado por la Alcaldía, su sede se encuentra en la ciudad de Guayaquil en el lugar denominado Palacio Municipal específicamente en la parroquia Rocafuerte. Dentro de las obligaciones legales de este organismo los emprendimientos deben cumplir se encuentran las siguientes:

- Patente Municipal.
- Permiso del Suelo.
- Tasa de habilitación.
- Pago del 1 por mil.

- Pago a la Universidad de Guayaquil.

Bajo el amparo de los artículos 253 y 264 de la Constitución de la República del Ecuador la cual se encuentra vigentes desde el año 2008 bajo su trabajo en el ordenamiento del comercio de la ciudad de Guayaquil, teniendo la potestad de clausurar un local que no cuenten con los permisos descritos anteriormente.

2.1.3.2 Superintendencia de Compañías.

De acuerdo a su base institucional descrita en el portal de la Superintendencia de Compañía se describe a la entidad como:

“Es una institución de carácter técnico, con una función administrativa, económica y de carácter autónomo, que tiene como tarea la de vigilar, controlar, todas las actividades, forma de organización, regir en la liquidación y disolución de las compañías y demás entidades en instancias y condiciones establecidas según las regulaciones vigentes” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2017)

Dentro de sus políticas como institución tiene la siguiente misión y visión:

2.1.3.3 Servicio de Rentas Internas.

La institución pública encargada de la administración tributaria en el Ecuador es el Servicio de Rentas Internas (SRI). El SRI es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos del país. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes (SRI, 2011: 17). El SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país. Para ello cuenta con las siguientes facultades: determinar, recaudar y controlar los tributos internos; capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias; preparar estudios de reforma a la legislación tributaria y aplicar sanciones (SRI, 2011: 17).

El SRI como ente regulador de la política tributaria tiene entre sus objetivos: incrementar anualmente la recaudación de impuestos con relación al crecimiento de la economía; diseñar propuestas de política tributaria orientadas a obtener la mayor equidad, fortalecer la capacidad de gestión institucional y reducir el fraude fiscal; lograr altos niveles de satisfacción en los servicios al contribuyente; reducir los índices de evasión tributaria y procurar la disminución en la aplicación de mecanismos de elusión de impuestos (SRI, 2011: 19).

La motivación para plantear las reformas en Ecuador, se pueden resumir en dos problemas claramente identificados y que antes se ha mencionado. La evasión y elusión en el pago de impuestos, para el año 2004, asciende al 61,3% en el impuesto a la renta (IR) y el 30,6% en el impuesto al valor agregado (IVA). Así también, la presencia de una recaudación totalmente inequitativa, para el año 2007, representa el 34,3% para el impuesto a la renta y para el impuesto al valor agregado; mientras que para el impuesto a los consumos especiales (ICE) equivale el 62,7% (SRI, 2011: 22). Es por eso, que a continuación se presenta, de manera general y resumida, una línea histórica donde se puede observar las diferentes reformas a las leyes que regulan la política fiscal en Ecuador, con hincapié en el sistema Impositivo:

Los objetivos generales que motivaron la reforma a esta ley son: aumentar la progresividad en el sistema tributario e incrementar la recaudación y la imposición directa. Sin embargo, estos son los objetivos generales que se plantearon; los objetivos específicos para su cumplimiento son los siguientes:

Mejorar la distribución de la carga tributaria en Ecuador: para el cumplimiento se realizaron las siguientes actividades: Se incrementa dos tramos más en impuesto a la renta para personas naturales, donde se incluya más categorías de gastos personales y que exista exoneración de décimo tercer y cuarto sueldos.

Reducir la evasión tributaria, mejorar el control y la recaudación: para el cumplimiento de este objetivo, las principales acciones tomadas fueron la implementación de un nuevo rango de anticipo del impuesto a la renta, enfocado en el monto del año anterior; así también se incrementa la eliminación de escudos fiscales

para las actividades enfocadas al comercio exterior (régimen de precios de transferencia y retenciones por intereses pagados al exterior).

Por último, se le atribuyó un fortalecimiento a las facultades y responsabilidades a la administración pública. Reactivar el aparato productivo mediante incentivos tributarios: en este sentido, se implanta la deducibilidad de impuestos por un tiempo limitado a los nuevos trabajadores en lo que se refiere al impuesto a la renta, la devolución del IVA en compras a exportadores de bienes y una tarifa de 0% para productos y servicios relacionados con energía eléctrica y focos fluorescentes (focos o bombillas ahorradores de energía). Incorporar impuestos regulatorios: se implementaron dos.

El primero, que regula la liquidez y la estabilidad monetaria del país, que es el impuesto de salida de divisas y el segundo que regula los activos que las grandes empresas y personas con grandes capitales mantienen en el exterior, que de igual manera se llama impuesto a los activos en el exterior. Ampliar la base de contribuyentes: en ese sentido se implanta el régimen impositivo simplificado ecuatoriano, RISE. Este régimen lo que busca es que la gran mayoría de micro, pequeñas y medianas empresas que por juicio propio o por desconocimiento no tributan, incluirlos en la base de contribuyentes con cuotas de pago mínimas. Otro de los objetivos de este nuevo régimen es incrementar la cultura tributaria de las personas, por medio de incentivos a la coacción con la administración pública.

2.1.4 Proceso de registro de personería jurídica en la Superintendencia de Compañías

En referencia a la entidad de control sobre la cual regula el funcionamiento de la Superintendencia de Compañías, afirma que un emprendedor para fundar una personería jurídica debe cumplir los siguientes requisitos:

- Los emprendedores no deben tener ningún impedimento para realizar actos de comercio.
- La cantidad mínima de integrantes dentro de la nómina social es de dos personas.

- Las personas que forman la nómina de accionistas deben responder con la base del valor estipulado en las acciones.
- Para que una empresa esté legalmente nombrada, debe tener como respaldo una escritura pública, aprobada por la Superintendencia de Compañías.
- Para empezar operaciones, los accionistas deben pagar al menos el 25% de cada acción sobre la cual se inscribió la compañía.
- El capital autorizado para el funcionamiento no tiene un monto máximo de aporte.
- Existe un valor mínimo para capital de una compañía anónima, fijado en \$ 800.00 dólares.
- Las especies que constituyan el monto del capital social puede estar constituido por dinero, mercaderías, siempre que sean compatibles con las actividades comerciales que se desarrollan.

Para agilizar los procesos de constitución de compañías, la Superintendencia pone a disposición de los emprendedores su portal de internet, sobre la cual mediante una serie de pasos, guía al usuario para que cumpla todos los estatutos de formación de una compañía, dichos papeles pasan a la notaria de preferencia de la persona, el cual solo necesita el registro mercantil para comenzar con el inicio de operaciones comerciales.

A continuación se describen los procesos en detalle a través del portal de internet de la Superintendencia de Compañías, evitando que los nuevos dueños de la personería jurídica tengan que incurrir en colas o acudiendo de manera personal a esta entidad, con la finalidad de cumplir con todo el papeleo que establece la ley. El usuario debe de ingresar en primera instancia al sitio web www.supercias.gob.ec y seguir las diferentes instrucciones:

- Se coloca la respectiva clave de usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Se procede a seleccionar la opción “Reserva de Denominación”
- Automáticamente se despliega una ventana donde se escoge la opción “Constitución”.
- Luego se elige las actividades a las cuales está vinculada la compañía, es decir la naturaleza de las acciones sobre las que desarrolla ingresos.

- Se ratifica el dominio legal sobre el nombre de la compañía así como el tipo de actividad que se va a desempeñar una vez que la misma sea puesta en marcha.
- Para que el proceso no sea escogido por alguna otra persona, se procede a seleccionar la opción “Reserva de Denominación para Constitución”.
- Se realiza la verificación de la información, se procede con la última revisión y finalmente se aprueba el proceso, procede a vistear en “Acuerdo de Responsabilidad” y nuevamente clic en reservar.



Figura 1. Sitio de información

Tomado de: Superintendencia de Compañías

Es necesario crear un usuario y una clave antes de iniciar el proceso, de manera que si los pasos se quedan inconclusos, el sistema inmediatamente almacena el avance solicitado.

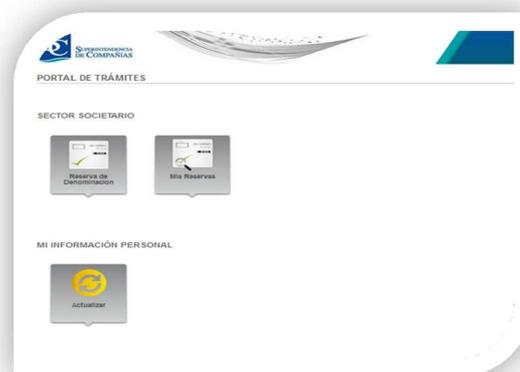


Figura 2. Selección societario

Tomado de: Superintendencia de Compañías



Figura 3. Selección de Constitución por Reserva de Dominio

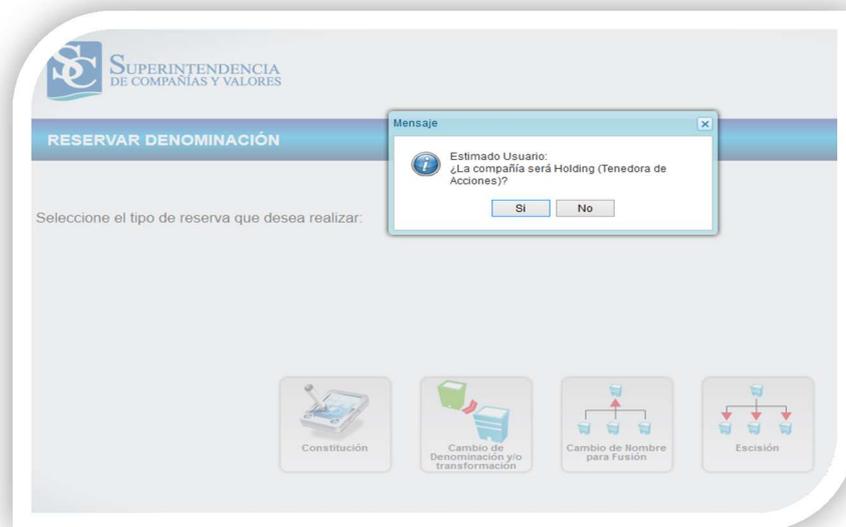


Figura 4. Selección de Constitución por Reserva de Dominio

Tomado de: Superintendencia de Compañías

La naturaleza de la empresa a la cual fue creada es importante en este proceso, por lo cual aquí se identifica el tipo de actividad a la cual se identifica el negocio o para el cual fue creado.

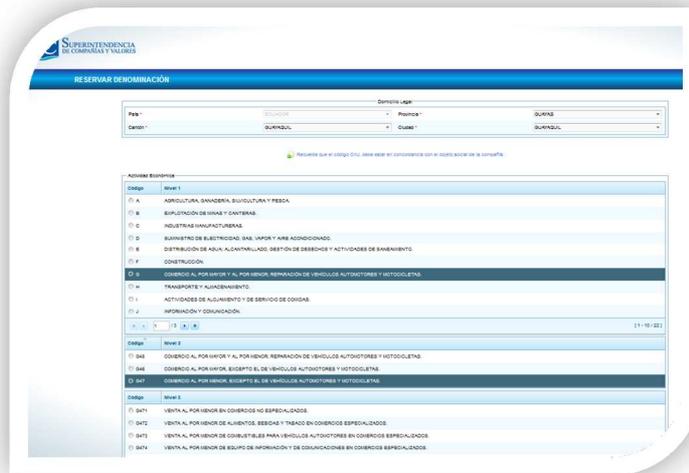


Figura 5. Sitio de operaciones y actividades comerciales

Tomado de: Superintendencia de Compañías

En esta pantalla, se detalla el lugar donde funciona la futura empresa, es decir donde se puede ubicar a sus integrantes, dicho lugar sirve para hacer llegar notificaciones, revisiones o referencias concernientes al negocio, además que los clientes se sientan seguros que la entidad con la cual contratan existen bajo las jurisdicciones ecuatorianas.

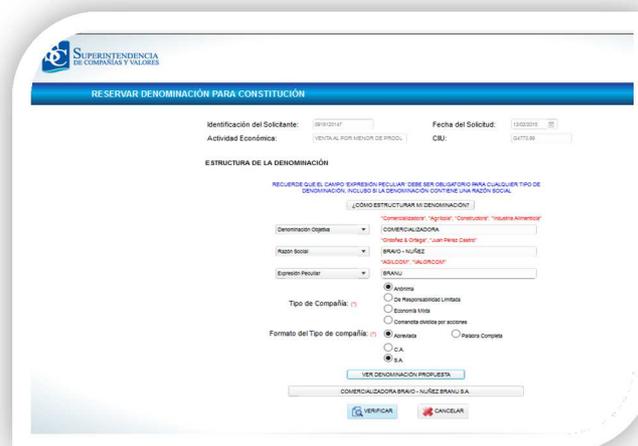


Figura 6. Datos para la constitución del dominio.

Tomado de: Superintendencia de Compañías

En el siguiente apartado se coloca la razón social que tendrá la empresa, dicho nombre para por un proceso de validación automática en la cual, la Superintendencia de Compañías y Valores, indica que no existe otra entidad con el mismo nombre o similitudes en su descripción, garantizando que no aparezcan confusiones en los actos de comercio.

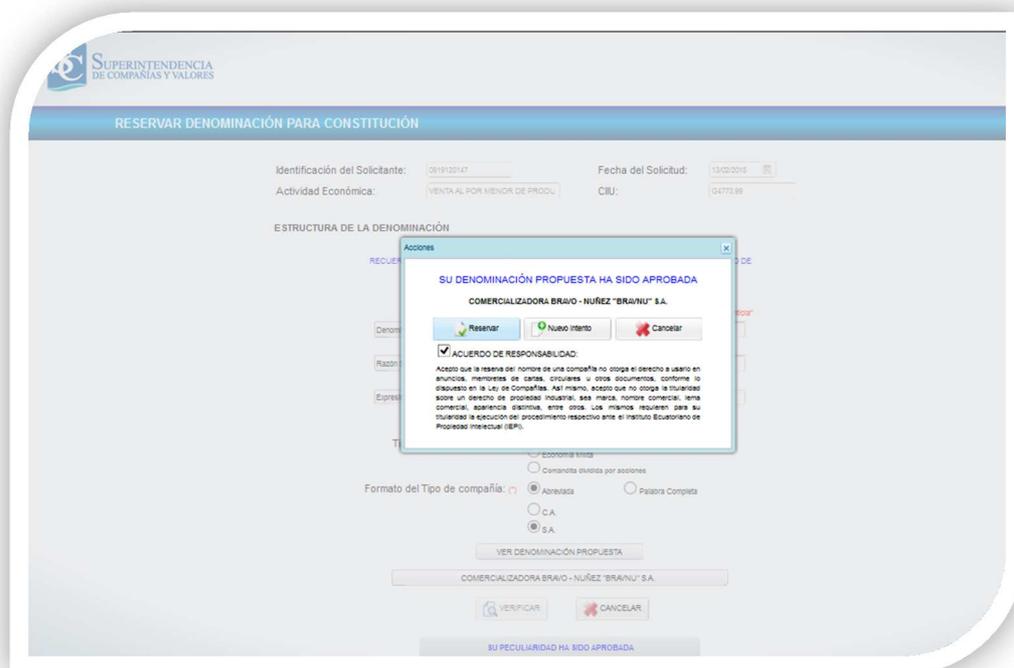


Figura 7. Denominación de la persona jurídica

Tomado de: Superintendencia de Compañías

El acuerdo de responsabilidad es el siguiente proceso para identificar si la razón social está disponible dentro del Ecuador, es importante ya que no pueden existir dos empresas con la misma razón para contratar, por lo cual se recomienda a los autores registrar su nombre en el IEPI. A continuación se puede observar una imagen de la Confirmación de la Reserva, con la cual se puede ir avanzando el estado del trámite a seguir.

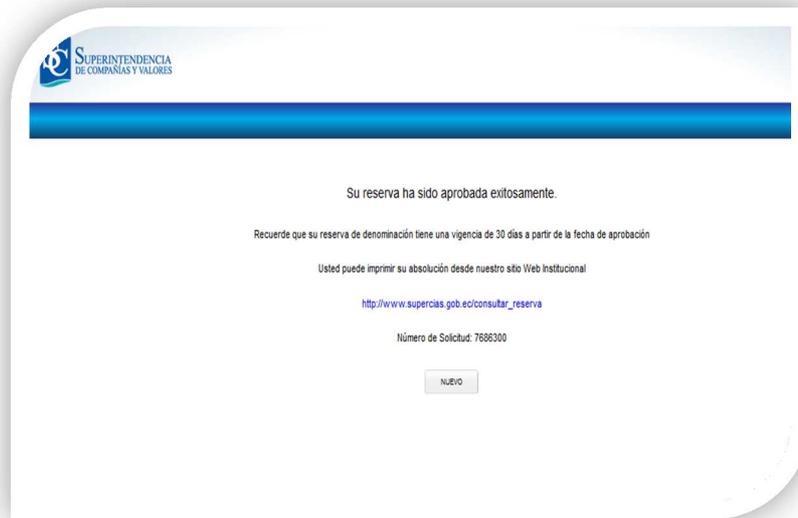


Figura 8. Selección del nombre jurídico

Tomado de: Superintendencia de Compañías



Figura 9. Sitio de selección

Tomado de: Superintendencia de Compañías

En el sitio principal del portal correspondiente a los procesos de trámites, se procede a ir al sitio mis reservas, donde se observan las solicitudes registradas por el usuario de manera respectiva.

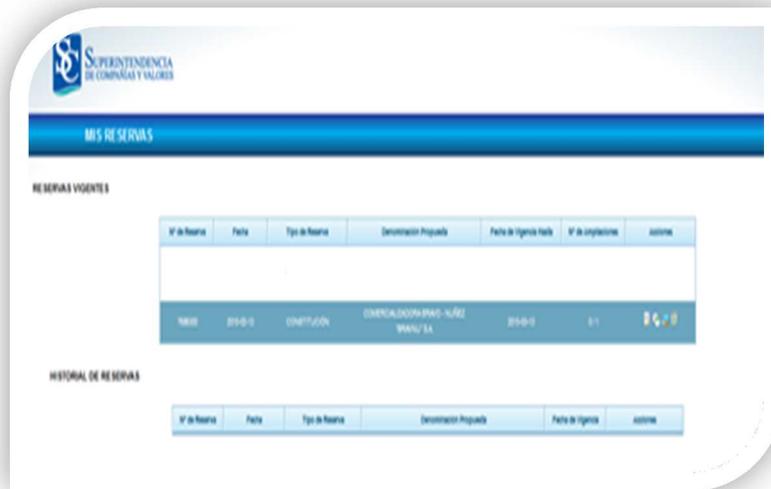


Figura 10. Registro del nombre jurídico

Tomado de: Superintendencia de Compañías

En esta pantalla visualizamos las reservas que hemos realizado y que por lo general tienen una vigencia de 30 días, pudiendo ser extendido este plazo por 30 días más.



Figura 11. “Información de la empresa”

Tomado de: Superintendencia de Compañías

En la página principal se escoge la opción “Portal de Constitución de compañías”, en donde la envía a la pantalla siguiente:

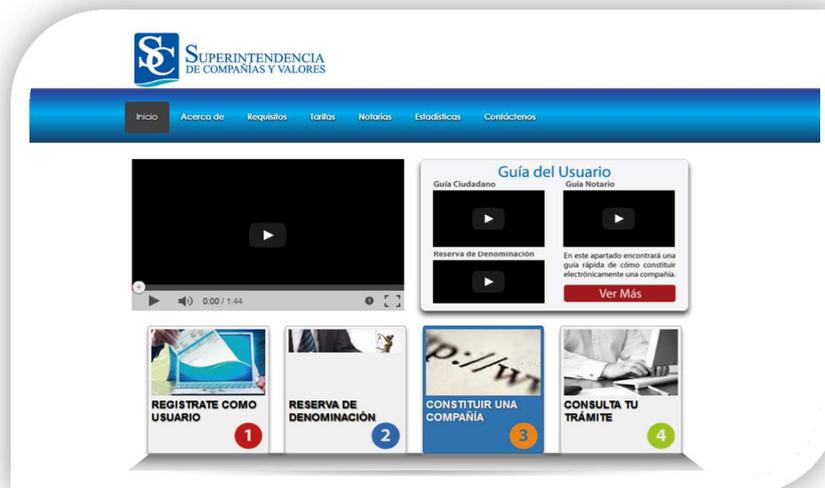


Figura 12. “Instructivo detalle compañía”

Tomado de: Superintendencia de Compañías



Figura 13. “Portal de ayuda empresa”

Tomado de: Superintendencia de Compañías

Una vez que se accede al portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se solicita que se llene un listado de requisitos previo a la constitución, entre los datos requeridos se solicita información de los accionistas así como un representante legal, quien desempeñará los actos de comercio, los accionistas deberán ser ingresados a la base de datos con el escaneo de su certificado de votación y cédula

de identidad. Una vez que este proceso haya sido cubierto, la institución procede a enviar la información sobre la nueva compañía bajo un escrito denominado “Carta de Absolución de Denominaciones y un mensaje indicando el pago que se debe realizar por la reserva del nombre en una institución financiera del Ecuador.



Figura 14. “Reserva del nombre jurídico”

Tomado de: Superintendencia de Compañías

2.1.5 Estadísticas de desempleo.

Dentro de las variables macroeconómicas descritas en el capítulo 1 se describió al desempleo como una de las causas para que el trabajador decida entrar en un emprendimiento, por la necesidad del mismo de generar un ingreso. A continuación se muestran estadísticas a nivel nacional y de la ciudad de Guayaquil sobre el desempleo entre los años 2007 – 2016

Para marzo 2016, la tasa de participación bruta (TPB) a nivel nacional fue de 47,7%, respecto a marzo 2015 registra un incremento de 2,2 puntos porcentuales; a

nivel urbano el incremento es de 2,7 puntos y a nivel rural es de tan solo 1 punto. A nivel nacional y urbano las variaciones anuales en la TPB son estadísticamente significativas, no así la variación en el área rural.

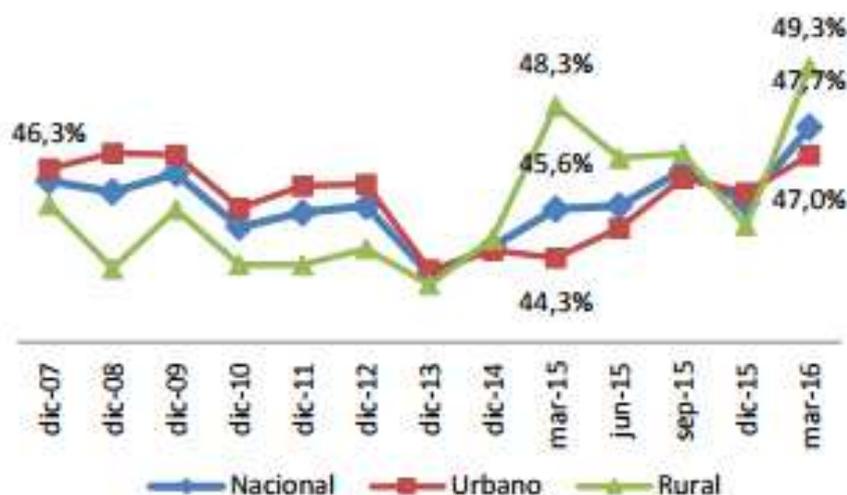


Figura 15. Tasa de participación bruta a nivel nacional, urbano rural 2007 – 2016

La tasa de participación global (TPG) a nivel nacional reflejó un incremento significativo de 2,7 puntos entre marzo de 2015 (65,8%) y marzo de 2016 (68,6%). En el área urbana el incremento anual también fue significativo, de 3,4 p.p., mientras que en el área rural la participación laboral global tuvo una variación no significativa de 1,3. La evolución de la participación laboral exhibe un cambio de tendencia frente a diciembre 2015, un incremento.

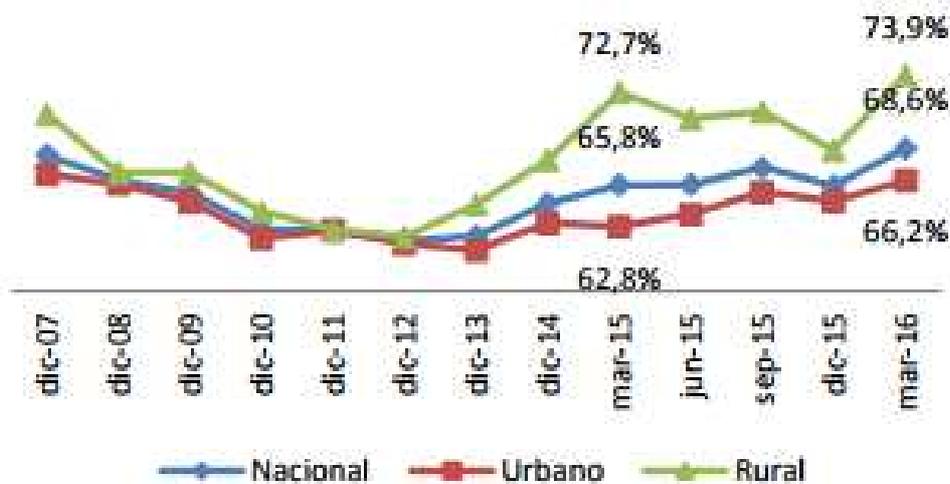


Figura 16. Tasa de participación global a nivel nacional, urbano y rural 2007 – 2016

Para marzo de 2016, la tasa de desempleo tiene incrementos anuales estadísticamente significativos a nivel nacional y urbano. La tasa nacional de desempleo fue de 5,7%, un incremento de 1,9 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior (3,8%). A nivel urbano se registra un incremento de 2,5%; a nivel rural la variación anual no significativa es de 0,5%



Figura 17. Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007 – 2016

Al analizar el desempleo según la gestión realizada por la persona Figura 18, se observa que el desempleo abierto es mayor al oculto. A marzo de 2016, el 4,9% de la PEA a nivel nacional estaba buscando activamente un trabajo; y sólo el 0,8% estaba en condiciones de desempleo sin realizar ninguna acción de búsqueda.

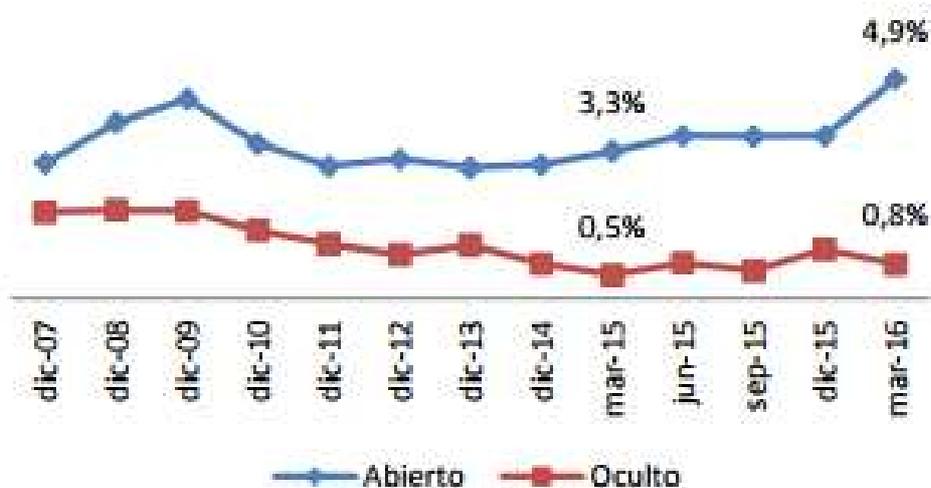


Figura 18. Tasa de desempleo por tipo de gestión a nivel nacional, 2007 – 2016

En cuanto al desempleo por sexo, en la figura 19 se observa que durante el periodo analizado, la tasa de desempleo para las mujeres fue mayor que la de los hombres, con un aumento de la brecha entre estos grupos durante el último año. Así, en marzo 2016, a nivel nacional el 7,4% de las mujeres en la PEA estuvo en situación de desempleo, mientras que entre los hombres el desempleo fue de 4,4%, esta diferencia es estadísticamente significativa.

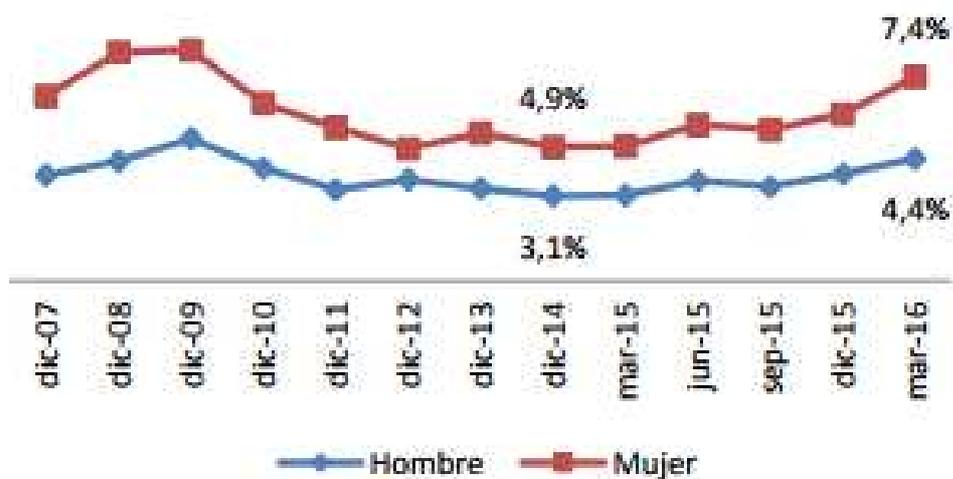


Figura 19. Tasa de desempleo por sexo a nivel nacional, 2007 - 2016

La tabla 3, muestra la tasa de desempleo por ciudades auto-representadas. Este indicador presenta variaciones anuales estadísticamente significativas para Quito y Guayaquil, 3,4 y 3,5 p.p., respectivamente. Se puede observar que Quito es la ciudad que registra la mayor tasa de desempleo a marzo 2016 y Machala registra la tasa de desempleo más baja (4,0%).

Tabla 3.

Tasa de desempleo por ciudades auto – representadas, marzo 2008 – 2016.

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
mar-08	6,5%	8,0%	5,0%	5,1%	4,5%
mar-09	7,2%	14,1%	4,9%	11,0%	4,1%
mar-10	7,2%	12,3%	3,8%	8,1%	3,1%
mar-11	5,7%	10,0%	4,1%	7,2%	3,5%
mar-12	3,7%	6,3%	4,7%	5,9%	4,4%
mar-13	4,1%	5,5%	3,2%	4,2%	4,4%
mar-14	4,3%	6,1%	3,2%	3,8%	5,8%
mar-15	4,4%	3,8%	3,2%	3,7%	6,4%
mar-16	7,8%	7,2%	4,6%	4,0%	7,0%

2.1.6 Importancia de fomentar una imagen corporativa en negocios.

Para Porter (2011) la ventaja competitiva es una estrategia que brinda al individuo que la aplique una mayor participación en el segmento que desarrolla su negocio, además de poder seleccionar a clientes que le otorguen la mayor cantidad de beneficios, y con ello obtener un desarrollo económico en su línea de negocios.

Según Fred (2003) la imagen corporativa proyecta una imagen de experiencia y seguridad al cliente, que contribuye a que genere mayor peso su poder de decisión al elegir un determinado proveedor o lugar donde cubrir sus necesidades. La aplicación de un logotipo simboliza la trayectoria de una tienda en proporcionar productos de calidad, precio justo y trato amable con el cliente. (Schiffman, 2006).

La imagen corporativa se ayuda con canales de comunicación como letreros en el lugar de despensa de productos, volantes por concepto de publicidad, medios electrónicos vía web por medio de páginas que promocionen sus productos e interacción en las redes sociales para tomar las impresiones de la necesidad que demanden los clientes o consumidores (Amaya, 2002).

La imagen corporativa puede fomentar con el tiempo una marca y a la vez ésta se vuelve en un activo diferido, cuando esta se encuentra posicionada en la mente del consumidor e identifique fácilmente el lugar donde se genera el negocio, con el solo hecho de tener presente una marca en un determinado producto, puede generar valores adicionales que pueden llamar la atención del consumidor, sin ello significar el atractivo de un precio para ganar cuota de mercado (Hair, 2002).

Los componentes de la imagen corporativa son el logotipo, eslogan, colores que maneje de acuerdo al negocio que se ejecuta, emblema, medios de comunicación y música de fondo (Ruíz, 2010). Se recomienda que los colores sean usados en las instalaciones del negocio, en este caso de los negocios informales, para que se relacionen los servicios adicionales que se ofrecen y se mantenga en la mente del consumidor un ambiente de primera y lo motiven a volver a comprar.

Por otro lado esta estrategia sirve a futuro para negocios informales que el emprendedor instale asegure al cliente permitiendo que se identifique con esos colores obtendrá un precio justo, cantidad adecuado y trato amable, y a su vez el dueño pueda ahorrarse el tiempo de posicionamiento de mercado que se puede ganar por referencias de vecinos que vayan a consumir por primera vez.

“Hay básicamente dos tipos de emprendedores: el emprendedor por oportunidad y el emprendedor por necesidad. El primero es aquel que habiendo reconocido la existencia de una necesidad, la existencia de un mercado, etc., ha creado la empresa y está poniendo alma, vida y corazón en la misma, pues esta persona cree en su idea, ama su trabajo y siente que es gratificante” (IDE Business School, 2012).

Sin embargo, para el desarrollo de esta investigación se hace necesaria una clasificación que involucre el lugar de ubicación del emprendedor. Si pertenece a una organización establecida se denominará intra emprendedor. Por el contrario, si ésta persona es externa a la empresa se denominará simplemente emprendedor.

En la antigüedad se utilizaba la palabra emprendedor para referirse a los aventureros que iniciaban conquistas de nuevos territorios sin saber con certeza que iban a encontrar. Actualmente se define emprendimiento como el proceso de iniciación

de Una aventura empresarial, en la cual se provee a la organización de los recursos necesarios, asumiendo riesgos y atendiendo recompensas asociados (Lawrence, 2012).

El proceso de emprendimiento consiste en la creación de riqueza dado que un gestor llamado emprendedor combinado a un grupo de personas tiene informe de recursos monetarios y materiales son capaces de generar nuevas organizaciones destinadas a cumplir objetivos determinados (Garcia, 2012).

Para el común de las personas, ser emprendedor es un atributo que sólo algunas personas poseen, es decir, una característica aleatoria que por algún factor de suerte se manifiesta en un individuo determinado; definición que se contrapone absolutamente al pensamiento actual, pues el espíritu emprendedor puede ser desarrollado por cualquier persona, siempre y cuando ésta se encuentre en el ambiente adecuado y bajo el sistema de aprendizaje correcto (Noe, 2013).

Se podría decir que la capacidad emprendedora es el desarrollo de proyectos innovadores y oportunidades que pueden llevar al emprendedor a obtener beneficios, es la capacidad que lleva a las personas a desarrollar ideas o a modificar una existente de tal modo de traducirla en una actividad social rentable y productiva (Fred, 2013). Es característico de un emprendedor buscar la Excelencia de su desempeño por medio de la creatividad.

Otro concepto de emprendimiento, es una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones su conservación es afirmaron que: “la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explorar una invención, o más comúnmente una posibilidad de técnica no probada, Para producir un nuevo producto o una existente de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos un material nuevo; correo organizar una industria, etc” (Griffin, 2012).

Actividades de la responsabilidad primaria de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. ocuparse de estas cosas nuevas es difícil y contribuye una función económica distinta, primero, porque se

encuentra fuera de las actividades rutinarias que todo se entiende, Y en segundo lugar porque el entorno se resiste de diferentes maneras, tales como desde una simple aversión a financiar o comprar una idea nueva, hasta el apache físico al hombre que intenta producirlo.

Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de actitudes que están presentes sólo en una pequeña fracción de la población y que Define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente invertir algo buen crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar la innovadora; consiste básicamente En conseguir que las cosas se hagan”

Considerando que no todas las personas tienen los conocimientos y cualidades suficientes para crear una empresa, Se puede decir entonces, tesorería constituido empresario le tengo una gran responsabilidad sobre sus hombros, pues las obligaciones y el riesgo implícito en los negocios son casi ineludibles. La perfección no es una cualidad inherente a una persona emprendedora, por lo contrario, son personas sujetas a cometer errores sobre todo si son inexpertas (Barquero, 2011).

Para García (2012) existe una serie de características que permiten definir el perfil de una persona emprendedora son las siguientes:

Asume riesgos: situación común para el emprendedor, Pues para él Cada decisión lleva una situación de riesgo, determinado de esta manera el éxito o fracaso de un determinado negocio.

Es líder: Su posición lo lleva involucrar ampliamente al personal de la empresa en sus ideales y proyectos, consiguiendo de esta forma que exista colaboración unánime dentro del grupo haciendo que todos luchan por los mismos objetivos.

Es organizado: Capaz de distribuir de manera equitativa su trabajo consiguiendo realizar de manera eficaz lo que se propone.

Apto para valorar su autoestima: debe ser capaz de balancearse y ver cuál es el peso de sus conocimientos, emociones y capacidades, de modo tal que al momento de

tomar decisiones conozca la magnitud del alcance de sus posibilidades de acción, para así no errar. Cómo ocurriría en el caso de un individuo Auto- sobreestimado.

Competitivo: es una característica obligatoria, Al momento de crear una empresa, Está ya estará inserta dentro de un contexto competitivo, así el aprovechar de cada una de las oportunidades que el medio provee, es un factor clave para el éxito de la empresa.

Poseer energía y ganas de trabajar. Un emprendedor debe canalizar el máximo de energía en el trabajo de poder lograr los objetivos pudiendo afirmar que un emprendedor es una persona con demasiadas necesidades de autorrealización, que Por ende, está dispuesto a sacrificar su obra se trabajó con tal de lograr lo anteriormente planteado.

Debe ser creativo e innovador. Ser innovador implica romper con lo establecido, logrando de esta manera ventajas inherentes al individuo que ingresa primero al mercado con una determinada idea.

Marketing.

De acuerdo con teorías expuestas por autores como Lamb Charles W., F. Hair (Jr.) Josep, McDaniel, Carl D, “Marketing” (2011):

“El concepto de marketing es una filosofía sencilla e intuitivamente atractiva que articula una orientación al mercado. Establece que la justificación social u económica de la existencia de una organización es la satisfacción de los deseos y necesidades del cliente, al tiempo que se logran los objetivos organizacionales. Se basa en la comprensión de que una venta no depende de una fuerza de ventas agresivas, sino en la decisión de un cliente de comprar un producto”

Redes sociales.

Las redes sociales son la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y

herramientas, y que se basan en la creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada. Dentro de estos nuevos canales se pueden encontrar muchas clasificaciones diferentes, tales como: blogs, wikis, etc., que usados conjuntamente permiten una potencial interacción de cientos de miles de personas con las mismas inquietudes.

La respuesta a la pregunta sobre qué ha cambiado, tal vez, se pueda averiguar en la misma terminología de la evolución de Internet. Cuando Internet surgió, simplemente era un canal más, como la radio o la televisión, que permitía obtener información unilateralmente. Es decir solamente se podía leer la información.

Surgieron entonces herramientas de comunicación bilateral como el correo electrónico o el chat, que permitía interactuar con otros usuarios escribiendo textos en tiempo real. Con la llegada de la llamada Internet 2.0, la forma de comunicar ha cambiado, ahora se puede evaluar y valorar los contenidos de Internet, agruparlos en redes sociales para compartir diferentes medios informativos, como fotografías y videos, etc.

Esto ha hecho que las personas sean más activas en una comunicación virtual y que de forma prácticamente automática se ha logrado que a su vez, sean gestores de contenidos. La comunicación en redes ahora, no son fijas, más bien, siempre están cambiando.

La presencia de las empresas en las redes sociales mejorar sus oportunidades de negocio, su rentabilidad y su permanencia en el mercado. Para que una empresa tenga una buena presencia en las redes sociales, es necesario que establezca previamente una estrategia claramente definida que le permita desarrollar sus objetivos de manera eficaz, permitiéndole ejecutar cada una de las fases definidas, evitando perder tiempo y dinero.

La presencia de una empresa en las redes sociales y su aplicación al desarrollo del negocio le va a permitir:

- Comunicar sus contenidos a clientes existentes y a nuevos clientes.
- Trabajar en red con personas y empresas afines.
- Crear una comunidad de seguidores o fans
- Hacer participar a sus clientes en el desarrollo de su negocio.
- Posicionarse como referente en su sector.
- Saber y reconocer lo que se dice de su empresa en internet y entablar relaciones comerciales, además de explicar términos y condiciones y satisfacer las dudas de los mismos.

La presencia de las empresas en las redes sociales, en definitiva, mejora las oportunidades de negocio, su rentabilidad y su permanencia en el mercado.

2.1.7 La economía popular y solidaria.

La economía popular y solidaria ha existido desde épocas remotas, se puede mencionar su aparición a partir del año 460 A. C. con el filósofo Demócrito, quien desarrolló una teoría relacionada con la evolución de la sociedad humana, considerando como papel importante la ayuda mutua. Diez años más tarde apareció Sócrates quien no creía en la democracia, sin embargo, realizó una tesis relacionada a la autosuficiencia que tenían las comunidades humanas basado en una vida simple, es decir sin lujos.

También el filósofo Protágoras de Abdera, inició una escuela que promulgaba concepciones individuales, planteando principios de solidaridad e igualdad. De la misma manera Platón en su obra denominada “La República”, desarrolla una propuesta acerca del desarrollo de sociedades que mantengan la igualdad sin propiedades privadas.

Con el pasar del tiempo, al llegar a los siglos V y IV A.C., con la aparición de los cínicos y estoicos, se predicaban valores de vida en las comunidades de acuerdo a lo que la naturaleza les brinda, despreciando las riquezas o los lujos, además de proponer vidas austeras para las comunidades. Aristóteles por otro lado, defendió la economía doméstica, y la comparó con la economía comercial que se encargaba de degradar a

las personas. Epicúreo en cambio, se encargó de centrar su atención a aquello que necesitaba el ser humano para obtener la felicidad, basado en principios de amistad y solidaridad.

La aparición del cristianismo primitivo y los padres de la iglesia promovían la vida en comunidades, en donde primaban la ayuda mutua y solidaria, con la que muchas sociedades se han mantenido. Luego en la edad media, las agremiaciones y corporaciones de comerciantes empezaron a formarse para impulsar sus actividades.

Para 1.516, Tomás Moro, en su obra denominada “Utopía” menciona un modelo distinto de sociedad, el cual se fundamentaba en la igualdad, en el trabajo y el respeto de la democracia. Años más tarde Tomás Campanella se encarga de tomar la provincia italiana de Calabria y de instaurar un orden social basado en la obra de Moro.

En 1.717, nace la Gran Logia de Londres, denominada así por los masones que se encontraban comprometidos a ayudar a la sociedad siendo solidarios y promoviendo principios liberales. A lo largo de los siglos XVIII y XIX, la masonería se ha encargado de influir de manera significativa en la formación de las sociedades.

Durante la Revolución Industrial en 1.765 y la Revolución Francesa en 1.789, sentaron las bases de protestas de los asalariados, por la inclusión de las máquinas de vapor, y otras para la fabricación de productos que luego desplazaron a las personas, lo que impulsó la aparición de gremios de trabajadores y asociaciones.

En 1.793, la obra “Justicia Social” del escritor William Godwin, propone la aplicación de las sociedades igualitarias, basadas en comunidades pequeñas y autónomas. Así llegó el año 1.800, en donde apareció Roberto Owen quien fue el pionero del socialismo y del cooperativismo, creando en Escocia una aldea cooperativa, que constituía una alternativa diferente al capitalismo. De ahí en adelante a nivel mundial, se empezaron a crear cooperativas y asociaciones que se encargaban de buscar la generación de plazas de empleo y de la obtención de las cosas que requerían sus habitantes para subsistir.

En Ecuador, la aparición de entidades cooperativas se da desde 1.822; sin embargo, esas se volvieron legales a partir de 1.919. La creación de entidades

dedicadas a actividades empresariales no ha tenido relevancia alguna en el sistema de economía popular y solidaria, salvo el caso de aquellas que se encargan de receptor ahorros y brindar créditos, (Coraggio, y otros, 2013).

En la actualidad, se maneja el sector económico popular y solidario como un todo, formando organizaciones sociales en donde sus miembros desarrollan procesos para la producción, intercambio, comercialización, financiamiento, etc., sin fines de lucro alguno, sino para satisfacer sus necesidades de empleo y servicios básicos.

Dichas organizaciones sociales, tienen actividades orientadas a los principios de solidaridad, cooperación y reciprocidad, apegando sus esfuerzos al buen vivir, y siendo agrupadas en entidades de Economía Popular y Solidaria (EPS) y del Sector Financiero Popular y Solidario (SFPS), (Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, 2011).

2.1.8 La Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.

La Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, es una entidad que se dedica a la supervisión y el control de las organizaciones que pertenecen a la economía popular y solidaria, buscando el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de este sector. Desde el nacimiento de esta entidad, se le ha otorgado el deber de ayudar y fortalecer a las organizaciones de Economía Popular y Solidaria (EPS).

La cadena de valor formada por esta Superintendencia, busca brindar servicios de calidad de acuerdo a lo que se indica en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria basados en la Constitución del 2.008 y en función al cumplimiento con lo que dispone el artículo No. 146.

Esta ley menciona que las atribuciones de esta entidad son las siguientes:

- Ejercer el control de las actividades económicas de las personas y organizaciones sujetas a la LOEPS;

- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las instituciones sujetas a su control;
- Otorgar personalidad jurídica a las organizaciones sujetas a esta ley;
- Levantar estadísticas de las actividades que realizan las organizaciones sujetas a la ley.



Figura 20. Cadena de valor de los servicios de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria

2.1.9 Corporación de Finanzas Populares y Solidarias – CONAFIPS

De acuerdo al artículo No. 158, en el Capítulo V de la LOEPS, se establece la creación de la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, iniciando sus labores el 28 de diciembre de 2.012, (Corporación de Finanzas Populares y Solidarias, CONAFIPS, 2012).

Los objetivos que busca cumplir esta entidad son los siguientes:

- Apoyar el desarrollo de las finanzas populares y solidarias;
- Proponer y propiciar mecanismos de apoyo a las organizaciones del sector financiero, popular y solidario;
- Articular los esfuerzos de los diferentes programas de inclusión económica y social del Gobierno Nacional;
- Fomentar el desarrollo de servicios financieros y no financieros a partir de las operadoras de finanzas populares;

- Propiciar esquemas adecuados de autorregulación entre las operadoras financieras, (Corporación de Finanzas Populares y Solidarias, CONAFIPS, 2012).

2.1.10 Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS.

Por medio del Decreto Ejecutivo No. 1668 con fecha del 7 de abril del 2009 se dispone la creación del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS, entidad que se encuentra adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES, independiente en los aspectos técnicos, administrativos y financieros.

El artículo No. 153, en el Capítulo IV de la LOEPS, se mencionan las funciones que realizará las cuales son:

- Ejecutar y proponer políticas para el sector;
- Promover la vinculación de planes, programas y políticas para la expansión del sector;
- Financiar dentro de su presupuesto la ejecución de proyectos de la entidades que integran la economía popular y solidaria;
- Establecer un sistema de capacitación y asistencia técnica para promover el desarrollo de figuras asociativas;
- Apoyar al fortalecimiento del sector, (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, IEPS, 2017)

2.1.11 Corporación de seguro de depósitos, fondo de liquidez y fondo de seguros privados (COSEDE)

En el período 2008, se expidió la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera, con la finalidad de tener contingentes frente a los riesgos que presenta el sistema financiero, una vez que se publica el Código Orgánico Monetario y Financiero, esta entidad se denomina como Corporación de seguro de depósitos, fondo de liquidez

y fondo de seguros privados, agregando funciones como las de articular a las instituciones financieras que se encargan de supervisar de manera preventiva a los sectores económicos, administra el Fondo de Liquidez y da cobertura a los clientes del sector asegurador privado, (Corporación del Seguro de Depósitos, Fondo de Liquidez y Fondo de Seguros Privados, 2017).

2.1.12 Entidades de la Economía Popular y Solidaria.

Las entidades de la Economía Popular y Solidaria (EPS), realizan diversas actividades entre las cuales se pueden establecer:

- Ahorro y crédito,
- Actividades de producción,
- Actividades comerciales,
- Actividades de consumo,
- Actividades de transporte,
- Actividades de vivienda.

Es así que también se pueden clasificar de acuerdo a su estructura, en este caso las entidades del sector financiero y no financiero.

Las entidades de la Economía Popular y Solidaria (EPS), se encuentran conformadas por cooperativas, asociaciones, organizaciones sociales y comunitarias. Así mismo, las del sector Financiero Popular y Solidario (SFPS) son las cooperativas de ahorro y crédito (CAC), cajas solidarias y de ahorro, cajas centrales y bancos comunales, (Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria , 2012).

De acuerdo con datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, (2011) las unidades económicas populares se concentran en su mayoría en la Provincia del Guayas con el 23.35%, y en tienen una mayor participación los grupos de mujeres

que emprenden, presentando casos exitosos a nivel nacional como los que se mencionan a continuación:

- “El Salinerito”, emprendimiento que se encuentra en la Provincia de Bolívar, específicamente en el cantón Salinas, que se inició cerca del año 1.970 cuando su comunidad indígena se encontraba en situación de pobreza extrema recibió la visita del sacerdote italiano Antonio Polo, quien los motivó a comenzar con las actividades de producción de lácteos con una pequeña planta ubicada en la casa parroquial y con una tienda en un mercado popular en Quito. Después de cuarenta años, poseen 22 queseras, y sus productos se han diversificado en lácteos, hongos silvestres, pizzas, chocolates, turrónes, artesanías y textiles.
- “Hilando el desarrollo”, el proyecto que comenzó sus actividades en el período 2011, con la finalidad de crear plazas de empleo para los artesanos textiles a nivel nacional, a un año de su creación y puesta en marcha se convirtió en una política exitosa guiada por el Ministerio de Educación y el Instituto de Economía Popular y Solidaria. A lo largo de su desarrollo se realizaron capacitaciones a 11.000 artesanos por medio de 2.600 talleres de confección, generando una producción de 640.000 kits escolares de uniformes al año.

2.1.13 Características de la Economía Popular y Solidaria.

Hablar de economía popular y solidaria es una manera especial de mover la economía del país, con la reducción y distribución de recursos, bienes y servicios, para su comercialización y consumo, basándose en un entorno de relaciones sociales con principios de solidaridad para la satisfacción de las necesidades del individuo, la cual nace en el seno de los sectores populares y que tienen por objetivo:

- Evitar la especulación;
- Crear nuevas plazas de empleo;
- Crear mejores ambientes y condiciones de vida para los sectores marginados;
- Permitir la recuperación de las tradiciones de los pueblos;
- Motivar la organización de comunidades.

2.1.14 El Régimen Simplificado en Ecuador.

Su importancia radica en que muchos países que han logrado éxito con sus sistemas Tributarios, reconocen que se ha debido al grado de Simplicidad que mantienen ya que esto ha conllevado a mejores incentivos para participar del Sistema Tributario Formal, en otras palabras menores niveles de Informalidad y mayores cumplimiento Tributario (menor evasión), en este principio entra en juego la presión Tributaria en el Ecuador, tomando en cuenta los costos de cumplimiento que acarrea el Régimen Simplificado, los cuales al ser bajos atraen a los agentes objetivos, ya que mientras más bajos sean representan menos presión Fiscal Indirecta.

Entre las características que ayudan este principio están el no estar obligado a llevar formulario alguno de IR e IVA, la cuota es fija no existe cálculo para su obtención entre otras. Implica la obligación de las Administraciones Tributarias de proporcionarle al obligado un sistema simple para el pago de los tributos, que reduzca al máximo la presión fiscal indirecta sufrida por este en el cumplimiento de la obligación tributaria.

En Ecuador, la aplicación de un régimen simplificado llegó desde el gobierno de Jamil Mahuad propuso una ley para la creación de dicho régimen, con su derrocamiento no se dio trámite a la propuesta. Sin embargo, tiempo después Gustavo Noboa propuso nuevamente su aprobación ante el Congreso pero debido a las crisis económicas y políticas del país llegó sin éxito a manos de Lucio Gutiérrez quien en su período 2003 lo archivó. En aquel entonces, el partido MPD buscó negar por todos los medios la aprobación del proyecto debido a que a criterio de su análisis la creación del RISE era antipopular, y promulgaba la evasión tributaria.

En el año 2.008, se retoma la propuesta, pese a las marchas y movilizaciones de los comerciantes minoristas quienes rechazaban la propuesta del gobierno nacional que ya formaba parte de la Ley para la equidad tributaria. Por medio de charlas explicativas y capacitación de los comerciantes, el Servicio de Rentas Internas logró poner en marcha este régimen aclarando los beneficios que traía la declaración de sus impuestos en el desarrollo y crecimiento económico del país.

Al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano no se lo puede catalogar como un nuevo impuesto, sino una alternativa que sustituye a los procesos de exigencia de recaudación del Impuesto al Valor Agregado y a la contribución sobre ingresos que se debe pagar por medio del Impuesto a la Renta, a través de un pago de valores definidos como cuotas mensuales, este régimen simplificado a su vez permite que negocios que son considerados en la economía como informales, puedan pasar a la formalidad, de manera que contribuyan en función a sus ingresos al financiamiento del Presupuesto General del Estado y al fortalecimiento de la práctica tributaria en el país.

Desde el 1 de agosto de 2.008, los contribuyentes que pertenecían al gremio informal o que contaban con recursos e ingresos limitados podían acogerse a este régimen, en cualquier oficina del Servicio de Rentas Internas, además de las brigadas móviles que emprendió la administración tributaria como parte de su campaña de concientización a la ciudadanía. Las cuotas de este régimen se cancelan en el mes posterior a su inscripción.

Los contribuyentes que no pueden acogerse al Régimen Simplificado Ecuatoriano son los siguientes:

- Agencias de Bolsa;
- Los dedicados a la publicidad y propaganda;
- Almacenamiento de productos de terceros;
- Organización de espectáculos públicos;
- Los que practiquen libre ejercicio profesional que necesiten título universitario;
- Los agentes de aduana;

- Los dedicados a la producción de bienes o prestación de servicios gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales;
- Las personas naturales que reciban ingresos en relación de dependencia, salvo lo dispuesto en esta Ley;
- Los que comercialicen y distribuyan combustibles;
- Los que impriman comprobantes de venta, retención y documentos complementarios realizadas por establecimientos gráficos autorizados por el SRI;
- Los representantes de casinos, bingos y salas de juego;
- Los corredores de bienes raíces;
- Los comisionistas;
- Los que arriendan bienes inmuebles;
- Los dedicados al alquiler de bienes muebles;
- Los dedicados a las actividades de naturaleza agropecuaria, contempladas en el artículo 27 contempladas en la Ley de Régimen Tributario Interno;
- Los que se dediquen a la extracción o comercialización de sustancias minerales metálicas.

Las condiciones que deben cumplir los contribuyentes para acogerse al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano son las siguientes:

- Ser persona natural
- Que sus ingresos no superen los USD 60,000 al año, o en el caso de los que se encuentren en relación de dependencia no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Los beneficios que gozan los contribuyentes en el Ecuador son los siguientes:

- El Servicio de Rentas Internas elimina el costo por concepto de compra de formularios y además gastos adicionales a profesionales especialistas en el área tributaria para el pago de sus impuestos, reduciendo así el tiempo y la complejidad del cumplimiento con obligaciones de carácter fiscal, es decir el

emprendedor se ahorra en valores que anteriormente empleaba para presentar su declaración hacia este ente de control.

- Se elimina el proceso tedioso de las retenciones, tanto de emisión como de recepción, los cuales reducían valores en la transacción, que por desconocimiento no podían ser recuperados a menos que se contrate un profesional en el área. Ahorrar tiempo en la emisión de comprobantes de venta luego de concretada la transacción, ya que solo basta emitir la fecha así como el valor del valor vendido.
- Llevar contabilidad es un concepto aparte que el emprendedor o dueño del negocio debe incurrir en un gasto, ya que pese a que lleva en su propio registro las entradas y salidas de dinero, es necesario que un profesional en el área revise dicho registro para presentarlo en el respectivo formulario, con la incursión de este régimen dicho criterio de cumplimiento no es necesario.
- Como beneficio adicional si el dueño del negocio cumple con afiliar a sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, se puede descontar un 5% del valor del pago de su cuota bajo este régimen, siempre y cuando su descuento acumulado no supere el 50% del total del monto que debe cancelar.

Para el año 2017 se tiene aprobado una nueva tabla, bajo la cual los emprendedores deben cancelar un valor en función al monto de ingresos que perciben de manera mensual; esta tabla muestra de manera detallada el tipo de actividad que dicho negocio presente, cabe recalcar que el monto a cancelar respeta los principio financieros de un negocio, ya que el mismo depende del nivel de ingresos para hacerse de costos y gastos, siendo algo positivo este tipo de alternativa, sobre todo para empresas que aún no tienen definido su participación dentro del mercado. Esta tabla se muestra a continuación:

Tabla 4.

Cuotas RISE vigentes años 2017 - 2019

CATEGORIAS							
	1	2	3	4	5	6	7
INGRESOS ANUALES	0 - 5.000	5.001 - 10.000	10.001 - 20.000	20.001 - 30.000	30.001 - 40.000	40.001 - 50.000	50.001 - 60.000
PROMEDIO DE INGRESOS	0 - 417	417 - 833	833 - 1.667	1.667 - 2.500	2.500 - 3.333	3.333 - 4.167	4.167 - 5.000
ACTIVIDADES							
COMERCIO	1.43	4.29	8.59	15.74	21.48	28.62	37.21
SERVICIOS	4.29	22.90	45.80	85.87	130.24	187.49	257.62
MANOFATURA	1.43	7.17	14.31	25.77	35.79	45.80	64.41
CONSTRUCCIÓN	4.29	15.74	32.92	61.54	87.31	135.97	193.22
HOTELES Y RESTAURANTES	7.17	27.19	54.39	94.46	150.28	206.10	260.48
TRANSPORTE	1.43	2.86	4.29	5.72	18.60	38.64	70.13
AGRÍCOLAS	1.43	2.86	4.29	7.17	11.45	17.17	21.48
MINAS Y CANTERAS	1.43	2.86	4.29	7.17	11.45	17.17	21.48

Tomado de: Información RISE, Servicio de Rentas Internas, 2017

En la tabla se muestra con detalle los rangos en función a los ingresos de los contribuyentes, los cuales se aprecia en la parte superior, mientras que en la parte inferior se detallan las actividades con el respectivo monto a pagar al organismo de control; la vigencia que se tiene es desde el año 2017 al 2019, como se describió anteriormente, esto solo puede aplicar a las personas que ganen hasta 60,000 dólares anuales, pasado de este monto deben acogerse a otro régimen

Los contribuyentes de éste régimen son los únicos autorizados para la entrega de comprobantes como notas de venta o tickets de máquina registradora autorizada por el SRI, para los requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta (es decir, sin desglosar el valor del 12% del IVA).

La documentación emitida sustenta costos y gastos para los consumidores, siempre que se incluya los datos del comprador del bien o servicio transferido. Existe la obligatoriedad del contribuyente de emitir y entregar la nota de venta por las transacciones que superen los USD \$ 12,00, sin embargo, si el consumidor le solicita la boleta de venta debe emitirla sin considerar el valor. De manera diaria se emiten comprobantes por el valor total de las ventas que no se facturaron, hasta por USD \$ 12,00.

Las obligaciones que deben cumplir los contribuyentes de éste régimen son las siguientes:

- Pago puntual de las cuotas o pre pagar el año.
- Emisión de los comprobantes de ventas debidamente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas.

Si el contribuyente incumple con el pago de las cuotas puede ser sancionado con la clausura en la tercera ocasión, y en la sexta es excluido, por lo que deberá ponerse al día y esperar 24 meses para volver a ingresar al régimen. Adicionalmente, pierde los beneficios mencionados anteriormente, (Servicio de Rentas Internas, SRI, 2017).

2.1.15 Ejemplos de Régimen Simplificados en otros países.

A través de la publicación de la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria del Ecuador (2007) se pudo poner en vigencia el nuevo régimen donde se detallan disposiciones para incorporar personas naturales para el cumplimiento de obligaciones dispuestas en la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno. De acuerdo a criterios de analistas tributarios a continuación se describen algunos pensamientos sobre el tema tratado en la investigación:

“Rubén Vasco señala que este tipo de régimen está diseñado para los minoristas y detallistas, prestadores de servicios, especialmente, comerciantes, profesionales independientes y artesanos; su propósito es brindar a quienes cumplan sus requisitos, un manejo práctico y sin complejidades en cuanto a las obligaciones que de él se derivan” (Vasco, 2001)

“Santiago Mosquera indica que el régimen impositivo simplificado pretende que aquellos contribuyentes considerados informales o no controlados, aporten voluntariamente con un monto previamente establecido, a efectos de considerarlo como el pago de sus obligaciones tributarias mensuales y anuales. Este régimen, en sí, no tiene por intención el llegar a obtener una gran recaudación de impuestos sino, más bien, que todos los contribuyentes que generan renta y no pagan impuestos, por ser informales, voluntariamente se inscriban y paguen estas cuotas, sin necesidad de llenar formularios y llevar contabilidad, a fin de que la Administración tributaria los tenga en cierta manera catastrados y ubicados, hecho que se veía truncado con otros mecanismos aplicados” (Mosquera, 2002).

En este aspecto, se analizan a continuación los regímenes simplificados aplicados a los países de México y Perú en comparación al que se ha impuesto en Ecuador.

2.1.15.1 El Régimen Simplificado en México.

En México, el Régimen Simplificado, aparece como medida de recaudación en el año de 1.989, con la finalidad de que se incremente la cantidad de contribuyentes por

medio de ciertas disposiciones que facilitaban la tributación de las personas que se encontraban como parte del sector primario y de los transportistas.

Anteriormente, todos los contribuyentes que generaban rentas causaban impuestos sobre sus ingresos siempre que recibían utilidades o cuando incurrían en erogaciones no deducibles, por medio de una diferenciación de ingresos y egresos de efectivo. Con la creación de dicho régimen, los contribuyentes pertenecientes a las bases especiales de tributación, además de las personas morales y físicas que realizaban actividades de agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, artesanía y transporte empezaron a contar con bases para la nueva forma de tributar, eliminando la norma anterior en la reforma fiscal de 1.990.

Con la aparición del Régimen Simplificado, el cual se apoya en la Resolución de Facilidades Administrativas, establece algunos beneficios para los contribuyentes apegados al régimen, considerándolos en un inicio como temporal. Sin embargo, en el año de 1.998, personas físicas dedicadas a la microindustria, a los servicios o comercios pequeños fueron eliminados de este régimen. Como principal objetivo se tenía el no pago de impuestos, siempre que los ingresos se invirtieran nuevamente en el negocio, es decir, si se realizaban reinversiones de las utilidades, con algunas facilidades administrativas.

Inicialmente las personas físicas debían tributar en dicho régimen con fecha tope del 31 de diciembre de 1.997, con los siguientes requisitos:

- Realizar actividades empresariales,
- Ingresos que no excedan a los \$ 1'000,000.00,
- No recibir más del 25% de ingresos por comisiones, mediaciones, agencias, representaciones, corredurías, consignaciones, distribuciones o espectáculos públicos.

Desde el 2.002, en el país apareció la Ley del Impuesto sobre la Renta, con el régimen simplificado modificado en cuanto a la forma de determinar la base gravable, considerando los flujos de efectivo de los contribuyentes (ingresos y egresos). Se basa en los flujos reales de efectivo, en donde los contribuyentes deben cancelar sus

impuestos en base a los ingresos que hayan percibido menos los gastos, aplicando el procedimiento de las personas físicas que realizan actividades empresariales difiriendo el impuesto a la renta de la reinversión de utilidades.

El tratamiento se da para lograr que los integrantes de este régimen puedan aplicar los beneficios de las personas físicas, y que por otra parte las personas morales cumplan con sus obligaciones tributarias. Para que se acojan al mismo deben mantener ciertos aspectos como:

- Actividades de autotransporte terrestre de carga o de pasajeros, (cuando no le presten el servicio a otras personas morales residentes en el país o en el extranjero, que sean relacionadas.
- Actividades de agricultura, como la siembra, cultivo, cosecha y enajenación por primera vez de los productos, siempre que no hayan sufrido ningún tipo de transformación industrial.
- Actividades de ganadería, como cría y engorde de ganado, aves de corral y animales, y su primera venta, cuando no sufran transformación industrial.
- Actividades de silvicultura, en lo que respecta al cultivo de bosques o montes, cría, conservación, restauración, fomento y aprovechamiento de la vegetación de los mismos y su venta por primera vez, siempre que no hayan sufrido transformación industrial.
- Actividades de pesca, en los que se involucra la cría, cultivo, fomento y cuidado de la reproducción cualquier especie marina y de agua dulce. Se incluye la acuicultura, la captura y extracción, así como su primera venta siempre que no hayan sufrido transformación industrial.
- Las empresas consideradas como integradoras, cooperativas de transportes, de carga o de pasajeros.

Existen diferenciaciones entre quienes son personas morales que ejercen actividades empresariales por cuenta de sus integrantes, y dependiendo de aquello se deriva la forma de cumplir con sus obligaciones fiscales y de los beneficios que reciben.

En cuanto a las personas morales, las que ejecutan actividades a nombre y con aportaciones de sus asociados, en las compras de materias primas e insumos de proveedores, y en la comercialización de sus productos. Si la persona moral está constituida como sociedad mercantil, y sus miembros son accionistas, se considera que no intervienen de forma directa en las actividades de la entidad, y por lo tanto sus funciones se limitan a las aportaciones de capital que puedan hacer y a gozar de las utilidades de la misma de acuerdo con el porcentaje de su participación en acciones.

Si la persona moral ejerce actividades por cuenta de sus integrantes, se incluyen en el cumplimiento de las obligaciones que esta tiene, y sus miembros son inmediatamente responsables solidarios en la medida en la que les corresponda.

Las obligaciones de estos contribuyentes en el régimen fiscal simplificado, son los siguientes:

- Calcular y demostrar por cada uno de sus miembros las cancelaciones provisionales que se realizan de manera mensual, según lo establecido para las personas físicas con actividades empresariales y profesionales.
- Establecer la utilidad gravable mediante cálculo, y comunicar los valores de impuesto a cada uno de sus miembros, declarando de forma anual los impuestos en el mes de marzo, siempre que sus miembros sean únicamente personas físicas. El valor del impuesto determinado debe agruparse en una sola declaración.
- Retener los impuestos, y entregar la constancia de dichas retenciones
- Llevar un registro de ingresos, gastos e inversiones.
- Emitir y documentar los ingresos y erogaciones.

Con relación a los beneficios o ventajas de las que gozan los contribuyentes de éste régimen fiscal, se pueden mencionar:

- Aplicación del régimen de flujo de efectivo, que permite establecer el valor del impuesto de acuerdo con los ingresos que el contribuyente cobre, y los gastos cuando los pague, es decir sin aplicar el método de costo de lo vendido.

- Los impuestos se definen de acuerdo a lo que se ha hecho efectivo en lo vendido y cobrado, cancelando según lo que se obtenga como utilidad.
- Armonización de las pérdidas fiscales.
- Acceso a esquemas de registro sencillos.
- Facilidades administrativas y de comprobación.
- Operaciones realizadas por miembros de una misma entidad no tienen efectos fiscales, si las facturas son a nombre del miembro.
- Si los miembros se agrupan para realizar gastos para el desarrollo de sus actividades pueden deducirse el proporcional de manera individual, entregando comprobantes como constancia del monto del gasto común y el impuesto que se traslada.
- A quienes sus ingresos no hayan excedido a los \$10'000,000.00, en el ejercicio inmediato anterior, se aplican beneficios especiales del régimen intermedio de personas físicas con actividades empresariales, es decir:
 - a.- Llevarán contabilidad simplificada.
 - b.- No emiten estados financieros, ni llevan control de sus existencias.
 - c.- Se puede deducir las inversiones de activo fijo al 100%.

Por otro lado, los contribuyentes que ejercen actividades primarias, tienen sus beneficios como:

- a.- Cancelan de forma semestral sus pagos provisionales.
- b.- Reducen sus impuestos determinados.
- c.- Exención de ingresos por un monto de 20 veces (para personas morales) o 40 veces (para personas físicas) el salario mínimo, elevado al año, por cada socio, siempre que no exceda de 200 veces (\$4'550,000.00 aproximadamente), salvo tratándose de personas de derecho agrario, a las que no les aplicará límite alguno.
- d.- Al valor de la utilidad fiscal neta, se puede añadir el valor de la utilidad de los ingresos exentos.

Finalmente, los beneficios de las empresas que son integradoras son los siguientes:

- a.- Tributan bajo el régimen fiscal simplificado.
- b.- Realizan operaciones a nombre de sus integrantes, sin que se considere que sus integradoras perciben el ingreso o realizan la erogación, siempre que celebren convenio con sus integradas por el que acepten que la integradora facture las operaciones, expidan a cada integrada una relación de las operaciones que por su cuenta facture, y proporcionen a la autoridad la información de las operaciones realizadas en el ejercicio anterior.
- c.- Deducen compras de materias primas, gastos e inversiones de las integradas a través de la integradora, siempre que la integradora le entregue a cada integrada una relación de las erogaciones que por su cuenta realice.

Además, beneficios extras de los contribuyentes de este régimen son por ejemplo:

- a.- Aspectos administrativos como lo relacionado a la organización para competir en los diferentes mercados y no entre sí, así como el de realizar los trámites y gestiones de sus socios de manera conjunta.
- b.- Aspectos económicos, principalmente la obtención de créditos, garantías o capital de riesgo para sus asociados de la banca de desarrollo, y de créditos otorgados a través de los intermediarios financieros para que puedan realizar sus aportaciones al capital social de la empresa integradora.
- c.- Otros beneficios fiscales, (Tenorio Cruz, 2013)

2.1.15.2 El Régimen Simplificado en Perú.

En Perú, el régimen simplificado se encarga de agrupar a los contribuyentes menores, para que tributen de manera sencilla al estado generando recursos que beneficien al país. Se cancela en una sola cuota mensual, y es calculado de acuerdo a los ingresos y compras.

El nuevo Régimen Único Simplificado, permite el ingreso de personas naturales que expenden sus productos a consumidores finales. Es decir, personas que tienen negocios en mercados, zapaterías, bazares, restaurantes, pequeñas jugueterías, sandwicherías, etc. adicionalmente, las sucesiones indivisas y compañías de responsabilidad limitada, también pueden sumarse al régimen. En este punto cabe señalar que su tratamiento en el RUS depende de su actividad económica, giro de negocio y demás motivos que se encuentren previstos en la normativa legal vigente, quienes realizan oficios como carpintería, gasfitería, electricidad, jardinería, pintura, etc., pueden ingresar en el sistema del RUS.

La cancelación de las cuotas de impuesto es mensual, dependiendo del último dígito del RUC de la persona natural, sucesión indivisa o compañía limitada, acogida en el RUS según el Cronograma de obligaciones mensuales que aprueba y publica la SUNAT.

Las obligaciones que tienen los contribuyentes que se acogen a este régimen son los siguientes:

- Cancelar de manera mensual la cuota de acuerdo a la fecha de vencimiento señalada en el Cronograma de Obligaciones Tributarias.
- Emisión y entrega de boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquina registradora (o tickets emitidos mediante sistemas informáticos declarados con el Formulario Virtual N° 845). Si las ventas son menores o iguales a S/.5 no se obliga al contribuyente a emitir boletas de venta, salvo que el consumidor final lo solicite.
- Cada día emitir una sola boleta de venta, sumando el total de ventas que no pueden superar a los S/.5, conservando el documento original y copia para el control de la SUNAT.
- Cuando realiza sus compras, deben conservar los comprobantes de pago, y documentos de soporte.
- Mantener un archivo cronológico de sus compras y ventas, (copia SUNAT).

- Registrar el ingreso del personal que labora en su establecimiento, en T-Registro y presentar y pagar mensualmente el PDT PLAME, incluyendo los tributos y aportes correspondientes.

No podrán acogerse al régimen simplificado los contribuyentes que:

- Se dediquen a brindar servicios de transporte de carga con el uso de sus vehículos, con capacidad igual o mayor a dos toneladas métricas.
- Ejercen actividades de servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.
- Se dediquen a la organización de espectáculos públicos.
- Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros.
- Representantes de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
- Representantes de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- Se dediquen a la venta de bienes inmuebles.
- Se encarguen de desarrollar actividades de venta de combustibles y sus derivados, según el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.
- Presten bienes en consignación.
- Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento.
- Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.
- Realicen actividades que afecten al Impuesto a la venta del Arroz Pilado (IVAP).

Realicen trámites en regímenes, o destinos aduaneros; siempre que no sea de contribuyentes que posean domicilio fiscal en zonas de frontera, que se dediquen a la importación definitiva que excedan los US\$ 500 por mes, que exporten mercancías por medio de destinos aduaneros especiales o de excepción y por medio

del despacho simplificado de exportación, según lo que indique la normativa aduanera, (Peru, 2014)

2.2 Aspectos de nivel microeconómico

“El plan de negocio es una estrategia que el emprendedor realiza con la finalidad de buscar el rendimiento ofertando un bien o servicio lo suficiente atractivo para maximizar los recursos invertidos antes de su puesta en marcha” (Borello, 2011).

Por otra parte Eslava (2013) indica que el plan de negocios es una planificación coordinada de cinco puntos que son el estudio de mercado, la estrategia, el plan organizacional, técnico y financiero que busca determinar la factibilidad del proyecto para asegurar al emprendedor a observar una futura rentabilidad antes que el proyecto sea puesto en marcha. Los puntos que se desarrollan como base del modelo de negocios y que sirven como apoyo para la realización de la propuesta se los muestra a continuación:

2.2.1 Estudio de mercado.

“El estudio de mercado es la base o el origen del plan de negocios, ya que el mismo justifica la puesta en marcha del mismo. El estudio de mercado cuantifica el problema afectado a toda la población y muestra las necesidades insatisfechas que se tiene frente a la actual competencia” (Grajales, 2012).

El emprendedor puede tomar dos alternativas para posicionarse en el sector, la primera será atacar a la competencia basándose en las necesidades insatisfechas de manera que el cliente y consumidor sienta tener un mejor trato o mayores beneficios hacia el proyecto con los actuales ofertantes y la segunda tomar aquella demanda que existe pero que no ha tomado la decisión de consumir el servicio de la competencia (Rivadeneira, 2013).

La primera es un poco riesgosa porque pueden generarse represalias de la competencia, haciendo bajar el precio y tener una prematura salida del mercado, otro

es la cuestión de la experiencia, donde el personal que se contrate no se adapte a las necesidades del mercado y cometa los mismos errores de la competencia generando que la nueva empresa sea catalogada por precio y no se cree ningún valor adicional. Dentro del estudio de mercado se determinan dos tipos de integrantes o partícipes que determinan el tipo de mercado al cual se enfrenta el plan de negocios que son la oferta y la demanda.

2.2.2 Demanda

“La demanda de un mercado representa al conjunto de clientes o consumidores que están interesados en el servicio o producto y de los cuales los divide el valor que están dispuestos a ceder por pagarlos” (Malhotra, 2012).

“Una vez que la empresa tenga su marca y que a través de ella se pueda percibir la calidad del mismo se recomienda realizar una publicidad agresiva, ya que se tiene un historial presente de todo el servicio ofertado y que esta diferenciado debido a que sus requerimientos están en base a las insatisfacciones del mercado” (Fernández Á. , 2014).

2.2.3 Oferta

La oferta de mercado está determinada por el número de empresas o personas naturales que ponen a disposición del segmento un servicio similar y que se puede contratar por un precio mayor o menor al plan de negocios (Eslava, 2013). Es necesario conocer las perspectivas de los usuarios frente a la competencia para cuantificar la participación que poseen en el mercado.

Un líder del mercado puede ser objeto de un impacto directo a poder de negociación de la oferta y quizás se deban seguir las condiciones de contratación para no eliminar beneficios que gozan los clientes o consumidores del segmento.

2.2.4 Brecha de mercado

La brecha de mercado es la diferencia que existe entre los competidores que ofrecen un mismo servicio o servicio dentro del mismo mercado. Si la brecha es corta significa que el mercado es competitivo, pero si la brecha es larga quiere decir que existe monopolio y que un competidor es el que domina en el mercado.

2.2.5 Importancia de la marca.

La marca proporciona un valor añadido al producto. Una marca fuerte tiene un capital contable intangible elevado en la marca, si su nombre es más conocido, la calidad percibida es mayor. Es un activo valioso que incluso puede compararse por un precio. Muchas empresas basan sus estrategias de crecimiento en la compra de marcas establecidas. Aun así su valoración es difícil. Por eso las empresas generalmente no registran el capital contable de la marca en sus estados contables.

La marca es la representación mental de los atributos y beneficios percibidos del producto o marca. El posicionamiento se refiere al lugar que ocupa un producto o marca, según las percepciones de los consumidores, en relación a otros productos o marca competitiva o aun producto ideal.

La percepción puede determinarse mediante las técnicas de posicionamiento que miden la posición en un mapa de los productos en relación con la de los demás. Esta medida puede hacerse mediante la comparación entre sí de todos los productos analizados, sin referirse a atributos concretos, o bien, al contrario, partiendo de las evaluaciones de los productos por cada uno de los atributos considerados.

La posición de un producto o marca puede determinarse no sólo por las percepciones de los consumidores en relación con otros productos, sino también por las preferencias establecidas por los mismos. El conocer la posición que un producto o marca ocupa en el mercado es especialmente útil para orientar la estrategia de marketing y determinar las acciones necesarias a fin de mantener o corregir la actual posición.

2.2.6 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que mide la gestión administrativa en una empresa, donde de manera puntual se establecen los puntos fuertes de su modelo de negocio, las debilidades que aún se mantienen en la forma de negociar el producto o los insumos, así como las oportunidades que no han sido aprovechadas y de las cuales se puede establecer planes de acción para mejorar la operatividad del negocio, finalmente las amenazas existentes en el sector como por ejemplo posibles competidores o mejoras en el producto o servicio, esto se relaciona con la retroalimentación ya que es necesario que el cliente se sienta satisfecho para que no sea influenciado por el cliente.

2.2.7 Competencia central.

El personal es el principal denominador para lograr una ventaja competitiva en la compañía, por lo cual una buena capacitación y actividades tecnificadas facilita que el negocio trabaje de manera eficiente ahorrando recursos y eficazmente porque elimina reprocesos permitiendo que en un corto tiempo se cumplan los objetivos, el resultado de la buena gestión de la organización sobre los resultados de la compañía se conoce como competencia central. Ejemplos de competencias centrales son la gestión efectiva de entregar balances financieros a sus clientes por parte de empresas de servicios contables o la gestión logística de empresas de mensajería.

2.2.8 Competencia distintiva.

La competencia distintiva se refiere al conjunto de actividades únicas que una compañía desempeña y que lo hacen diferente al resto de la competencia, haciendo imposible que las demás empresas del mercado puedan quitarle clientes o sacarla del mercado. Un ejemplo de ello son las marcas de vehículos, las cuales están constantemente vendiendo confort y potencia, sin embargo la marca de lujo destacada es Mercedes Benz los cuales los clientes están dispuestos a pagar un precio superior que autos como Chevrolet o Hyundai.

2.2.9 La cadena de valor de la empresa.

El origen de una empresa se justifica con la oportunidad de negocios para colocar un producto o servicio del mercado, sin embargo para realizarlo las empresas tienen que tomar la materia prima o el insumo someterlo a una serie de procesos y luego de ello crear un producto sobre el cual el cliente paga un valor, esta serie de procesos es lo que se conoce como la cadena de valor de la empresa.

2.2.10 La cadena de valor de la industria

Cuando el producto se encuentra segmentado en un conjunto de empresas para obtener su resultado final es lo que se conoce como cadena de valor de la industria. Un ejemplo de ello son los chocolates, los cuales deben pasar por una cadena de valor de la obtención del grano de cacao luego pasar a una industrialización de transformarlo en chocolate y finalmente al proceso de empaque. Dentro de este proceso incurrieron tres tipos de empresas con diferentes finalidades y diferentes procesos de transformación del producto.

2.2.11 La competitividad de costos.

La competitividad en costo se compone de los diferentes planes de acción que se llevan a cabo la administración para colocar un precio lo suficientemente competitivo en el mercado y que además genere obtener un beneficio sostenible para los costos y gastos incurridos para la transformación del producto, en ciertos casos es necesario la incursión de los proveedores a través de convenios como créditos, precios preferentes o pagos parciales para que aporte con un menor gasto de gestión para la obtención de la materia prima.

2.2.12 Benchmarking

Es una herramienta de administración que consiste en comparar las actividades con competidores que son referentes en ahorro y que actualmente están influyendo sobre el precio de los productos siendo difícilmente seguidos por el esquema de costo alto de las empresas. Catalogada como una herramienta de mejora continua, los

procesos del benchmarking aporta con el mejoramiento de los procesos de un departamento o toda la organización haciéndolos más eficientes.

2.2.13 Evaluación representativa de fortaleza competitiva ponderada.

Mide la eficiencia de la compañía en base a indicadores de gestión de la competencia, de tal manera que se pueda establecer una eficiente gestión operativa en la compañía o de identificar factores que generan una debilidad en la organización. Uno de los indicadores que más valoración se muestra es la atención al cliente ya que una buena imagen hacia los clientes significa que la compañía permanezca en el mercado y obtenga una preferencia o fidelización de sus clientes o consumidores.

2.2.14 Estrategia

La estrategia que se aplica en la empresa sería de diferenciación dirigida ya que se estudia las necesidades críticas del cliente y se adapta el servicio cuidando su bolsillo pero aportando con la máxima ayuda posible para la toma de decisiones.

- Estrategia de bajos costos generales.- Baja su estrategia en optimizar actividades para obtener bajos costos.
- Estrategia de diferenciación amplia.- Diferenciar el producto en comparación de la competencia para fidelizarlo a los clientes o consumidores.
- Estrategia de bajo costos dirigidos.- Tratar de ofertar productos más baratos que la competencia a un determinado segmento para así tratar de obtener una fidelización de este pequeño grupo de compradores.
- Estrategia de diferenciación dirigida.- Especializa su producto de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente o consumidor para obtener su fidelización.

- Estrategia de mejores costos.- Ofrece las mismas prestaciones que sus competidores pero con la diferencia que se les agrega un valor representativo que la influye en la decisión de compra.

Los impulsores de cualidades únicas son los siguientes:

- Esforzarse por crear productos con características, diseño y desempeño superiores.- Tratar de convertir el producto en algo atractivo a la vista del consumidor para que sea influenciado en la decisión de compra.
- Mejorar el servicio al cliente o añadir más servicios.- Crear un valor diferenciador en el servicio, añadiendo otras prestaciones por el mismo precio de manera que se motive a seguir con la compañía.
- Procurar actividades de I y D para producción.- Tratar que los procesos técnicos que se empleen para la fabricación de un producto sea bien dirigidos de manera que no generen desperdicios de materia prima y de manera indirecta aumente los costos de producción.
- Esforzarse por la innovación y los avances tecnológicos.- Una vez que se tenga una nueva técnica o que se lleven de otra manera los procesos se puede lograr una ventaja competitiva ya sea por la reducción de precio frente a costos bajos o por que la estructura permite que aportar con valores adiciones al producto o servicio.
- Procurar mejoras continuas de calidad.- Con el manejo de normas de calidad, se permitirá que el producto cada vez sea mejorado de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor.
- Aumentar la intensidad del marketing y las actividades de ventas.- Cuando un producto o servicio es muy bueno inclusive con un menor precio de la competencia es necesario que aplique un plan de marketing para que el cliente o consumidor conozca el producto y tenga la oportunidad de comprarlo.

- Buscar insumos de alta calidad.- La calidad puede ser un denominador importante para lograr que el producto o el servicio pueda crear valor y venderse a un precio por encima de la competencia, de tal manera que las otras empresas del sector no puedan sustituir el producto ya que su material será difícil de copiar.
- Mejorar las habilidades, conocimientos y experiencia de los empleados mediante actividades de administración de recursos humanos.- Esto se logra con un capacitación constante del personal, de manera que todo el recurso humano pueda hacer las actividades en menor tiempo y además consuma menos recursos en la compañía.

2.2.15 Tipos de estrategias

Alianza estratégica.- Es una cooperación mutua entre dos o más empresas de manera que ellas puedan compartir costos o disminuirlos pero que generen una oportunidad ganar – ganar. Un ejemplo de ello puede ser un taller automotriz que firme un convenio de distribución de repuestos, los beneficios serían que el taller siempre este abastecido de insumos y el distribuidor en tener un cliente fijo al cual venderle sus productos. Los cinco factores que convierten a una alianza en estrategia son:

- Ayuda a forjar, sustentar o aumentar una competencia esencial o ventaja competitiva.
- Ayuda a bloquear una amenaza competitiva.
- Aumenta el poder de negociación de los miembros de la alianza respecto de los proveedores o compradores.
- Ayuda a abrir nuevas oportunidades de mercado importantes.
- Disminuye un riesgo significativo del negocio de una empresa.

2.2.16 Pasos para implementar una estrategia

Para ejecutar una estrategia se deben seguir los siguientes pasos:

- La gerencia general debe plantear una visión y misión hacia dónde quiere llegar.
- Establecer objetivos para alcanzar dicha visión y misión.

- Para cada objetivo diseñar una estrategia o plan de acción que describa recursos y financiamiento.
- Ejecutar la estrategia en tiempos estipulados.
- Realizar una supervisión de las actividades que comprenden la estrategia a fin de asegurarse del cumplimiento de los objetivos.
- Evaluar resultados, si se cumple o no la estrategia.

2.3 Marco conceptual.

Sector moderno: se consideran como trabajadores del sector moderno a profesionales, científicos, intelectuales, técnicos de nivel medio y trabajadores que laboren en actividades consideradas como modernas.

Sector informal: se consideran trabajadores del sector informal a los patronos y socios activos que laboran en empresas cuyo número de trabajadores es menor de seis, que no trabajen en actividades consideradas como modernas.

Población en edad de trabajar (PET): comprende toda la población de ambos sexos que se encuentra entre los límites de edad, es decir mayores a 10 años y menores a 65 años, sin embargo en la investigación no se considera el límite superior.

Población económicamente activa (PEA): está integrada por la población de ambos sexos, comprendida entre los límites de edad, que forma parte de la mano de obra dedicada a la producción de bienes y servicios o que se encuentra disponible para la búsqueda de un empleo remunerado.

Población ocupada adecuadamente: incluye exclusivamente a los ocupados del sector moderno que trabajan 40 horas y más y reciben un ingreso superior al mínimo vital.

Población subocupada: existe cuando el trabajo de una persona es inadecuado en relación a las normas establecidas. Lo inadecuado está en función de la capacidad, entrenamiento, experiencia, disposición de tiempo para el trabajo o los ingresos que percibe.

Capítulo 3 Marco metodológico.

En referencia al marco teórico realizado en el capítulo anterior, se informó que el problema de investigación está influenciado por factores internos como externos en el ambiente económico donde se desarrolla el emprendimiento, principalmente en la posibilidad de desaparecer ciertos costos y gastos fijos. Por ahora se establece en función a reportes económicos, que el emprendimiento en el Ecuador se ha generado debido a la falta de dirección y a la influencia de requisitos legales que afectan en el flujo económico de la pequeña empresa, con valores que se cobran anualmente como la tasa de habilitación para un negocio que no garantiza que se genere las ventas suficientes para el retorno de la inversión.

En el presente capítulo de marco metodológico se aborda el tratamiento datos, tomando como referencia al sector informal de la ciudad de Guayaquil, sin que ello intervenga la actividad económica a la que se dedica, porque la característica en común que se analiza en el trabajo de investigación, es la falta de compromiso de estos emprendimientos hacia la formalidad de sus negocios. El marco metodológico culmina con el análisis de puntos críticos, para lo cual es necesario contar con los siguientes puntos:

- Descripción del diseño de investigación que se aborda para el tratamiento del problema.
- Selección de la metodología adecuada para el tratamiento de datos.
- Identificación de la población y la muestra que tienen el problema investigado.
- Selección de las herramientas de recopilación de datos.
- Analizar los resultados obtenidos.
- Elaboración de un informe de los puntos críticos que demandan para la solución del problema.

El presente capítulo metodológico culmina con la descripción de los problemas más comunes que enfrenta un negocio informal y que el emprendedor requiere para trasladarse a la formalidad, para que dichos puntos sean tomados como referencia a la proyección del siguiente capítulo, respondiendo de manera adecuada a los objetivos planteados.

3.1 Diseño de investigación.

Para seleccionar un tipo de investigación adecuado es necesario identificar cual es la finalidad del trabajo de titulación, desde la generación del problema, sus puntos críticos a responder y finalmente la conclusión que se llega al final del proyecto, por lo tanto se hace una revisión de las situaciones que se han identificado y por lo cual surge el problema, esto se muestra a continuación:

De acuerdo a información estatal, junta con reportes de entidades fidedignas de información se tiene que:

La informalidad se genera por la falta de empleo en el ambiente laboral: Se revisaron estadísticas sobre el desempleo en el Ecuador, concluyendo que la oferta de trabajo está compuesta en su mayoría por personas con recursos limitados para atender sus estudios, tienen que elegir entre el aporte económico a su presupuesto familiar o la dedicación a los estudios para especializarse en una determinada.

La falta de estudios por la opción de trabajo puede ser una alternativa a la necesidad de cubrir un presupuesto familiar, sin embargo limita con el tiempo el desarrollo económico de la persona, puesto que el ingreso seguirá siendo el mismo, pero en caso de formar una familia, el individuo no podrá acceder a mejores prestaciones porque no cuenta con los estudios previos solicitados por los dueños de las empresas.

Para corroborar esta realidad, se debe aplicar una investigación no experimental, ya que los datos obtenidos no van a culminar en un cambio por parte de la realidad económica del sector informal, sino en una identificación verídica a través de datos estadísticos y realidad financiera de este tipo de negocios. Según Bigne & Cuenca (2012) indica que la investigación no experimental permite a futuras investigaciones tomar como base para la solución de propuestas, estudios de análisis más profundos o promulgación de leyes, lo cual es ideal para la investigación que actualmente se realiza.

Otro de los problemas que se evidencio es la influencia de leyes y reglamentos que limitan la capacidad de funcionamiento de un negocio, por lo cual ocasiona que el problema de investigación tengan como resultado negocios informales, estos datos cuantificados sobre la legalidad del negocio, se puede evidenciar en una encuesta, por lo tanto se toma apoyo de la investigación descriptiva.

Para Villegas (2012) afirma que la investigación descriptiva hace un detalle de la realidad económica del problema, por lo tanto se definen actores, factores externos, internos y adicionalmente sus efectos o concecuencias en una economía, lo cual se apega a la realidad económica del trabajo de investigación. A continuación se pone un esquema de las investigaciones seleccionadas.

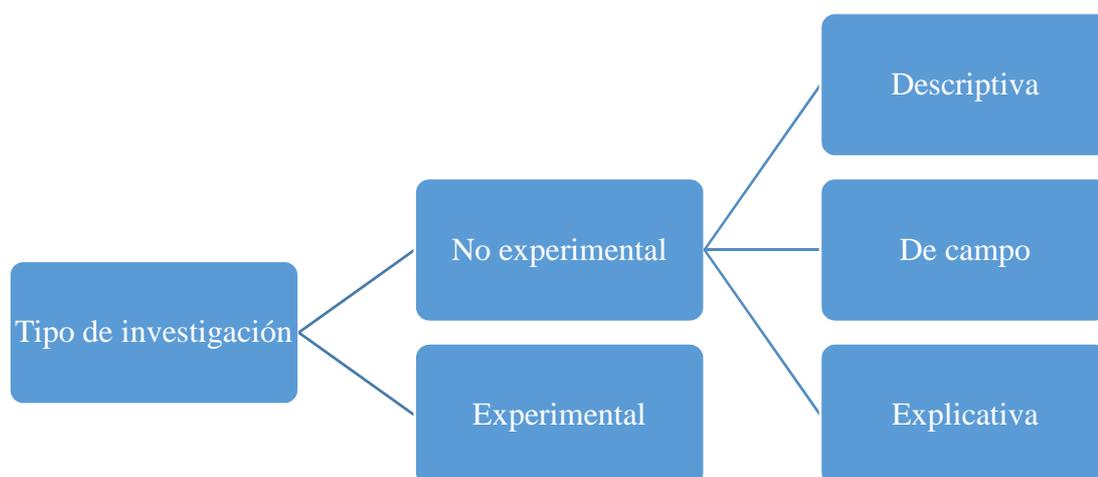


Figura 21. Tipos de investigación usados en el proyecto

En la figura 21 se muestra que el tipo de investigación escogida es “no experimental”, por las razones descritas en párrafo anterior; adicional a su derivada que es la investigación descriptiva, se tiene dos opciones más que son la de campo y la explicativa, sus justificativos se muestran a continuación:

La investigación de campo se aplica a la necesidad de tomar datos directos de los comerciantes informales que laboran en el centro de la ciudad de Guayaquil, por otro lado se emplea la investigación explicativa para comparar los datos obtenidos de

la investigación de campo con lo descrito con informes de entidades públicas, puestos en el capítulo anterior.

Para Hurtado (2014) indica que la investigación se divide en cuantitativa y cualitativa, siendo la primera en referencia a aquellos problemas que pueden ser medidos numéricamente y cuya veracidad se la puede comprobar con métodos matemáticos, la investigación cualitativa se refiere a los problemas que no pueden ser calculados de manera numérica y que termina en un análisis de clases o criterios de clasificación.

La investigación en análisis se cataloga como una investigación de tipo cualitativa, porque los datos que se van a recopilar son criterios de análisis que no derivan en una cuantificación de datos medibles. Por lo tanto para sus conclusiones se utilizan herramientas de acopladas con estos datos, esto incluye un análisis FODA del sector de la informalidad en comparación con las empresas que se manejan de forma formal.

La manera en cómo se procesan los datos se obtiene de acuerdo al siguiente análisis de la metodología de la investigación.

3.2 Metodología de la investigación.

En la metodología de investigación se analiza la forma en cómo se toman los datos para transformarlos en puntos críticos, donde la importancia del proceso radica en que esto sirve de base para la elaboración final del proyecto. Como antecedente se ha tomado como referencia las teorías de Sampieri en su trabajo de metodología de la investigación.

Cabe indicar que el presente proyecto de investigación no busca terminar en un análisis económico ni en un estudio de factibilidad, solo identificar los factores según el efecto que tengan en la informalidad, es decir aquellas que sean originadas por el gobierno central o mercado y otras como herramientas, personal, capacitación y demás criterios internos que presente el modelo de negocios.

Dentro del criterio de Sampieri existen los siguientes tipos de metodología: teórico, empíricos, matemáticos, los cuales se refieren a continuación.

3.2.1 Métodos teóricos.

En referencia a Malhotra (2012) la investigación puede ser en la etapa de método teórico en: tomar los datos para hacer un análisis y síntesis, emplear la deducción e inducción, hipotético deductivo, histórico – lógico, dependiendo de los datos descritos se puede llegar a la conclusión del trabajo planteado.

En referencia al tema de investigación, el análisis de los factores, hace la dependencia de la metodología del análisis y síntesis, porque la investigación realizada reúne un sin número de criterios válidos para sacar una nueva teoría sobre el formalismo en el Ecuador, sin embargo es necesario que se apoye el procesamiento de datos en la deducción e inducción, porque los datos recopiladas darán el origen a dudas que no estarán del todo respondidas, por lo cual se tendrá que tomar una serie de criterios y al finalizar formar un concepto general de todo.

Por otro lado el apoyo sobre datos históricos aporta directamente con la fundamentación de las encuestas, porque se parte de un estudio previo que indican las falencias de la regulación de un mercado, que se centran en procesos burocráticos que estancan el emprendimiento. En establecimientos de estudios, los procesos de enseñanza parten de la importancia que conlleva el control en los negocios, sin embargo no infieren en las formas de financiamiento o los problemas que conlleva en caso que no se cumplan los requerimientos establecidos por instituciones gubernamentales.

Un negocio conlleva a partir de una idea o experiencia previa del emprendedor, pero que no mide el grado de conocimiento del mismo hacia la competitividad de mercado, ya que en la realidad económica, se muestra un negocio que no tiene las suficientes herramientas para mantenerse, además de una entidad estatal que actúa como un factor negativo, porque cierra el negocio una vez que no ha cumplido estos requisitos.

En un análisis teórico se lleva a cabo el siguiente proceso:



Figura 22. Proceso de tratamiento de la información métodos teóricos.

En la figura 21 se muestra que la base para obtener información correcta es la identificación del problema, variable que se realizó en los primeros capítulos del proyecto, el siguiente paso es tomar las referencias teóricas y relacionarlas al problema, es decir verificar que tanto de información se podría aportar a la conclusión del trabajo para aportar con un nuevo criterio a las teorías ya establecidas. Si la información no es suficiente, se hace una referencia a los grupos o personas que son víctimas del problema, a través de una serie de preguntas para sacar los puntos críticos, una vez que se ha procesado esto, se procede a la conclusión.

Los trabajos previamente establecidos han estado sujetos a una serie de criterios que validan su conclusión, pero las variables analizadas cambian en función al tiempo de análisis, cambios gubernamentales y criterios de impulso de entidades para el desarrollo de la economía. Un ejemplo de ello es la importancia de un cambio en la matriz productiva, que demanda emprendimientos que dejen de lado el cultivo y se dediquen a la producción de productos terminados, con lo cual se toma un nuevo rumbo a las teorías del mercado.

3.2.2 Métodos empíricos.

Los métodos empíricos abordan una realidad del tema que trata de poner en duda los conocimientos teóricos, para ello utiliza herramientas de recolección de datos netamente que analice el individuo y que adicionalmente traten de aportar con una nueva forma de apreciación del mismo hacia el campo donde se investiga. En referencia a Villegas (2012) indica que los métodos empíricos pueden ser la observación, la medición y la experimentación, para la presente investigación se utiliza a la observación como punto de partida puesto que es necesario verificar el ambiente de trabajo donde se desarrollan los vendedores informales.

3.2.3 Métodos matemáticos

Los métodos matemáticos empleados son la teoría de Pareto, con el objetivo de analizar los factores descritos y hacer énfasis sobre aquellos que se muestran más a menudo en el proceso de la investigación. Esto directamente optimiza el análisis porque se muestra una relevancia de manera directa en aquellos puntos donde influyen de manera considerable la generación de un negocio, y que algunos analistas establecen como punto de partida para un prejuicio del Estado, porque no aportan con el financiamiento a obras sociales.

3.3 Población y muestra.

En referencia al estudio mostrado se tiene que tanto el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos como el Servicio de Rentas Internas y Banco Central no cuantifiquen el número de negocios informales, porque ellos evaden las obligaciones estatales y se ocultan para que eviten ser cerrados, lo cual dificulta la cuantificación del número que existe de ellos en la ciudad de Guayaquil, teniendo como conclusión una población infinita, ya que el día de mañana se puede instalar un negocio informal, pues solo requiere de la compra de mercadería y luego venderlo a un valor superior.

Por lo tanto se necesita un análisis de población infinita para hallar un número de prospectos aceptable para la recopilación de datos posible y emitir un tratamiento de información aceptable para la emitir una conclusión verídica sobre el problema. A continuación se muestra un cálculo de población infinita:

$$n = \frac{\sigma^2 Z^2}{e^2}$$

Donde:

- n = el tamaño de la muestra.
- σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.
- e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Conclusión:

- El resultado a mostrar es de 384 personas a encuestar. A continuación se define la herramienta de recolección de datos.

3.4 Herramientas de recopilación de datos.

Para la recopilación de datos se estableció a la encuesta como fuente de recopilación de datos con características de respuestas cerradas, con la finalidad que la misma pueda ser medida y emitir un criterio de puntos críticos. Además se utiliza a la observación para conocer las condiciones de trabajo que tienen este tipo de negocios.

De acuerdo Kuby (2005) indica que en función al tipo de investigación y obtención de resultados, las encuestas se clasifican en:

3.4.1 Según sus objetivos

Encuestas descriptivas: Buscan reflejar o documentar las actitudes o condiciones presentes. Esto significa intentar describir en qué situación se encuentra una determinada población en momento en que se realiza la encuesta.

Encuestas analíticas: Buscan en cambio, además de describir, explicar los por qué de una determinada situación. En este tipo de encuestas las hipótesis que las respaldan suelen contratarse por medio de la examinación de por lo menos dos variables, de las que se observan interrelaciones y luego se formulan inferencias explicativas.

3.4.2 Según las preguntas

De respuesta abierta: En estas encuestas se le pide al interrogado que responda el mismo a la pregunta formulada. Esto le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas así como también preguntar sobre el por qué y cómo de las respuestas realizadas. Por otro lado, permite adquirir respuestas que no habían sido tenidas en cuenta a la hora de hacer los formularios y pueden crear así relaciones nuevas con otras variables y respuestas.

De respuesta cerrada: En éstas, los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme. El problema que pueden presentar estas encuestas es que no se tenga en el listados una opción que coincide con la respuesta que se quiera dar, por esto lo ideal es siempre agregar la opción “otros”.

3.4.3 Según el medio de captura

Los medios de captura para realizar una encuesta incluyen papel, el teléfono, la Internet y los dispositivos móviles.

El papel: Se usa para encuestas que van a ser aplicadas en sitios remotos donde no existe señal de Internet, donde la Internet no sea confiable o cuando se requiera un registro físico del llenado para su posterior vaciado y procesamiento; por ejemplo, encuestas en zonas rurales. El papel sigue siendo el medio más usado a pesar de los avances tecnológicos de las últimas décadas por su bajo costo, versatilidad y seguridad. La tasa de rechazos de una encuesta en papel mediante encuestador es muy baja.

Entrevistas telefónicas: Se emplean cuando se desea aplicar un cuestionario corto, de no más de 10 preguntas, y se desean obtener resultados inmediatos; se utilizan en encuestas de coyuntura política, sondeos de opinión, recordación publicitaria y posicionamiento de marcas. La tasa de rechazo de una encuesta de este tipo es comparativamente baja, siempre que se cuenten con encuestadores bien entrenados que logren persuadir al entrevistado para lograr la entrevista y mantener su atención.

La web: Suelen usarse cuando para encuestas auto administradas, es decir, cuando no sea requerido un encuestador. El problema de este tipo de encuestas es la baja tasa de respuestas, dado que habitualmente el sujeto no se motiva a responder, a no ser que tenga algún interés en los resultados del estudio o porque está recibiendo un pago. Una variante de la encuesta en la web es la encuesta enviada por correo electrónico.

Dispositivos móviles: Las encuestas mediante dispositivos móviles permiten su aplicación con encuestador, grabando los datos directamente en algún dispositivo tipo teléfono celular o tableta, con o sin conexión a la Internet. El principal problema de usar este medio, más allá del costo del dispositivo, es que no pueden ser usados en

sitios con alta tasa de delincuencia o pobreza, pues se corre el riesgo de perder el equipo como los datos.

3.5 Presentación de resultados.

En la recolección de resultados se evidenciaron algunos inconvenientes al momento de sacar información a los vendedores informales, ya que algunos términos técnicos como financiamiento, asesoría técnica, tiempo de aprendizaje, fueron desconocido para ellos, lo que generó que se replantee las preguntas para que puedan ser entendidos, se puede afirmar que se observaron características únicas al momento de entrevistar a esta población, lo cual no se pudo recopilar en la encuesta y en la ficha de observación, estas se describen a continuación:

- Los vendedores informales no tienen un techo mínimo de ventas, tratan de vender lo máximo, y su finalidad es llevar el pan diario a sus familias.
- No están uniformados, tampoco implementan estrategias para diferenciarse de sus compañeros.
- Los productos que comercializan no los producen, por lo cual deben tener capital de trabajo para financiar su negocio.
- No entregan comprobantes de venta, por lo cual no evidencian la capacidad de comercialización del negocio.
- La mayoría no ha terminado sus estudios secundarios por lo cual no encuentra trabajo.
- Poseen familias que demandan un recurso diario para destinarlo en salud y alimentación.
- Viven en zonas como el Guasmo, Prosperina, Cerros de Mapasingue, entre otros.
- Están dispuestos a legalizar su actividad evitando que no se genere un impacto económico a su financiamiento, es decir pagar tributos antes de vender.
- Solicitan financiamiento para incrementar el número de artículos que comercializan.

3.5.1 Presentación de encuestas

Se ha procedido a encuestar a personas que forman parte del sector informal, comerciantes de la bahía, informales que prestan servicios de limpieza, asesoría académica, etc., encontrando los siguientes resultados que se muestran a continuación:

Pregunta 1:

¿Qué nivel de estudios posee?

Tabla 5.

Nivel de educación de los encuestados

Detalle	Cantidad	%
Primaria	135	35%
Secundaria	132	34%
Superior	117	31%
Total	384	100%

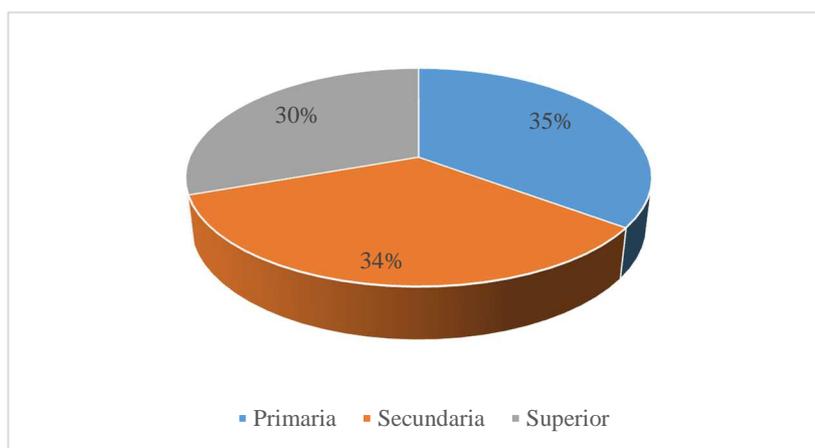


Figura 23. Nivel de educación de los encuestados

Interpretación:

De acuerdo a la información recopilada por medio de las encuestas se puede mencionar que el 35% de la población posee instrucción primaria (incluyen completa e incompleta), el 34% instrucción secundaria (incluyen completa e incompleta); y finalmente el 31% con instrucción superior.

La educación permite a las personas obtener información sobre el manejo de la economía en el Ecuador o conceptos básicos de la comercialización, los emprendedores en el país, poseen técnicas de cómo elaborar sus artículos, además de los procesos de persuasión a los clientes para la venta de su producto, sin embargo la falta de dirección y aprendizaje son los puntos débiles en el modelo de todo negocios.

La educación empresarial en línea es una modalidad de capacitación cuya popularidad y demanda se ha incrementado en las organizaciones a nivel mundial debido a su potencial impacto en la mejora del desempeño de las personas. Este recurso de aprendizaje ofrece un sinnúmero de oportunidades para los intereses individuales; muchos profesionales pueden acceder a programas de educación continua, en muchos casos sin costo y de acuerdo a sus preferencias en temas, horarios, y formatos. Para las empresas, la educación en línea también es de gran beneficio porque implica una reducción de costos en los programas de capacitación (los programas presenciales pueden resultar costosos), mayor flexibilidad del manejo de tiempo y nuevas oportunidades de diseñar programas a la medida en periodos cortos de tiempo.

Estos beneficios no solo obedecen a una tendencia de comunicación global y un mayor uso de la Internet, sino que son motivo de muchas investigaciones acerca de cómo las compañías aplican la educación en línea en sus programas de mejora del rendimiento en el trabajo. Pues una tendencia constante en las empresas es determinar las actividades que permiten hacer más con menos recursos. Los programas de educación virtual parecen ser una opción viable. ¿Pero cuáles son los factores que afectan la eficiencia de la educación empresarial en línea?

La aplicación de programas de educación empresarial en modalidad virtual se organiza en base a las competencias de los empleados que se requieren mejorar, y de acuerdo a las necesidades y metas de la organización. Es necesario que éstas incluyan contenidos que puedan cerrar las brechas de rendimiento o solucionar necesidades, y causen resultados positivos en los niveles personales y organizacionales. Existen ya evidencias que demuestran que la educación en línea es un recurso que apoya de manera efectiva al mejoramiento del desempeño y al desarrollo de las organizaciones. Debido a ello, el estudio y la aplicación de programas de educación virtual es un

desafío para los profesionales y organizaciones que de alguna forma se relacionan con programas de mejoramiento del talento humano.

Pregunta 2:

¿Qué tipo de actividad ejerce?

Tabla 6.

Actividades de los encuestados

Detalle	Cantidad	%
Comercial	217	57%
Servicios	167	43%
Total	384	100%

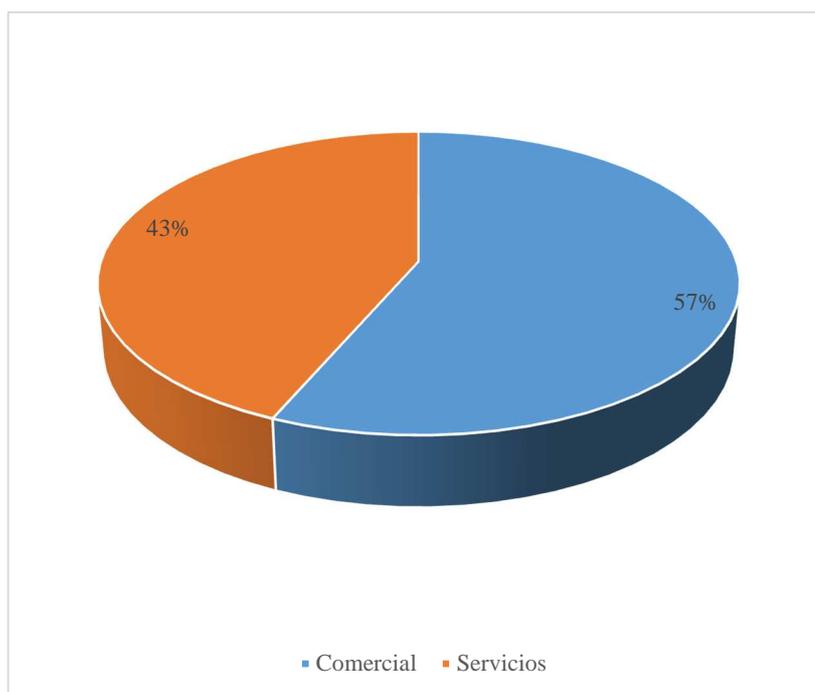


Figura 24. Actividades de los encuestados

Interpretación:

Las actividades que realizan las personas encuestadas son las de comercialización de bienes o servicios, muchos de ellos ofertan sus actividades por medio de redes sociales, páginas de internet como OLX o mercado libre, de ellos, el sector comercial representa el 57% y el de servicios el 43%.

Pregunta 3:

¿Usted ha logrado conseguir un empleo estable?

Tabla 7.

Experiencia de los encuestados en el sector formal

Detalle	Cantidad	%
No	182	47%
Sí	202	53%
Total	384	100%

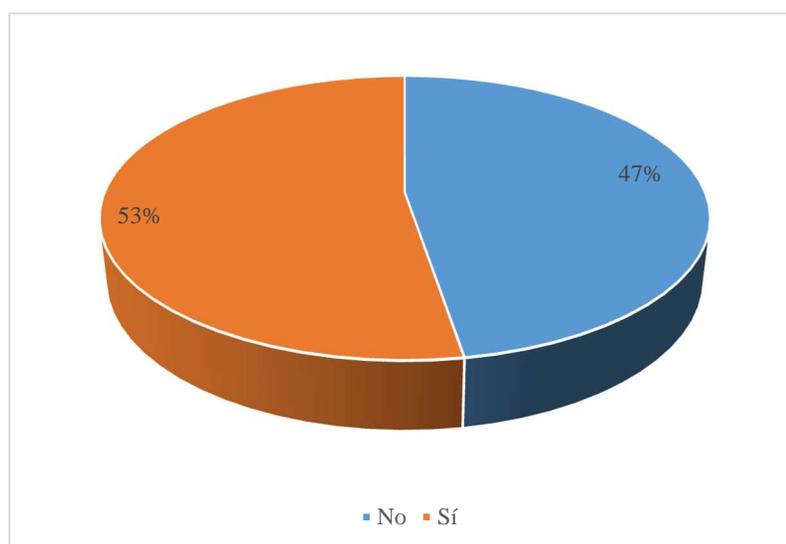


Figura 25. Experiencia de los encuestados en el sector formal

Interpretación:

Esta pregunta busca determinar si las personas que forman parte del sector informal tienen experiencia dentro de la población que es empleada en plazas de trabajo adecuadas, con respecto a ello se encontró que el 53% sí ha laborado como empleado privado o público, mientras que el 47% no ha contado con la posibilidad de encontrar un empleo fijo que cubra con sus necesidades básicas, lo que ha incentivado la informalidad dentro de la ciudad y el país.

Pregunta 4:

¿Considera que existen las condiciones necesarias para que las personas puedan trabajar formalmente en el país?

Tabla 8.

Percepción de las condiciones para el trabajo formal

Detalle	Cantidad	%
No	257	67%
Sí	127	33%
Total	384	100%

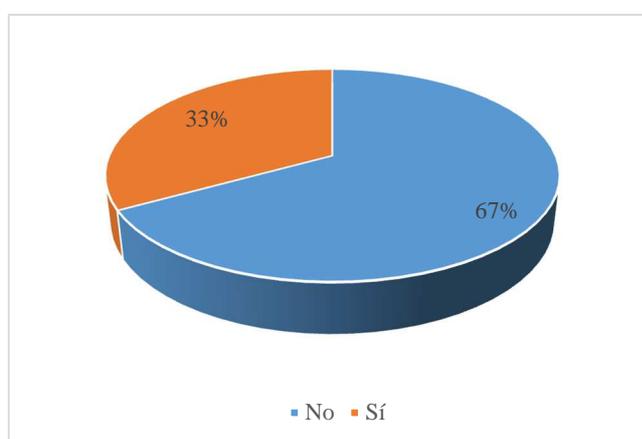


Figura 26. Percepción de las condiciones para el trabajo formal

Interpretación:

Sobre la percepción de las condiciones para la ejecución del trabajo formal los encuestados mencionaron que en los últimos dos años el país ha tenido un declive en la economía por el tema de los impuestos, este motivo ha generado despidos, bajo presupuesto para contrataciones y por lo tanto, el 67% de la población menciona que no existen las condiciones necesarias para conseguir un empleo adecuado, y si se trabaja de manera informal existen muchos limitantes como las ordenanzas municipales que prohíben la venta de productos en la vía pública, lo que dificulta el trabajo para estas personas. El 33% de las personas indicaron que a pesar de que han existido factores que los han llevado a convertirse en informales, aun se puede laborar

en el sector formal, y de hecho piensan que las condiciones para hacerlo se dan de manera adecuada.

Pregunta 5:

Actualmente, ¿Se han presentado impedimentos para realizar sus actividades económicas?

Tabla 9.

Impedimentos para la realización de actividades económicas

Detalle	Cantidad	%
Sí	231	60%
No	153	40%
Total	384	100%

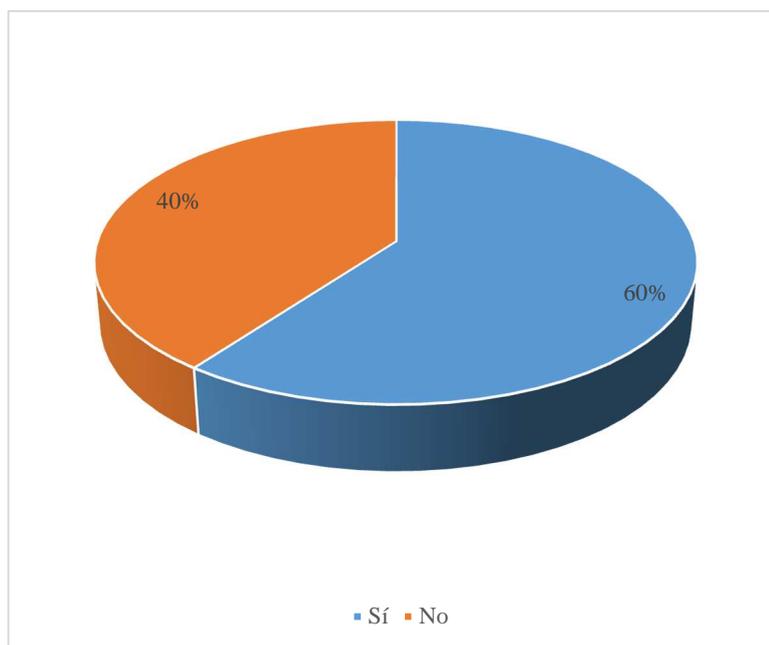


Figura 27. Impedimentos para la realización de actividades económicas

Interpretación:

El 60% de las personas mencionaron que sí se les han presentado impedimentos para realizar sus actividades económicas, mientras que el 40% menciona que no han tenido inconvenientes hasta el momento.

Pregunta 6:

¿Estos impedimentos han sido por?

Tabla 10.

Tipos de impedimentos para la realización de actividades económicas

Detalle	Cantidad	%
Condiciones económicas	217	57%
Condiciones legales	167	43%
Total	384	100%

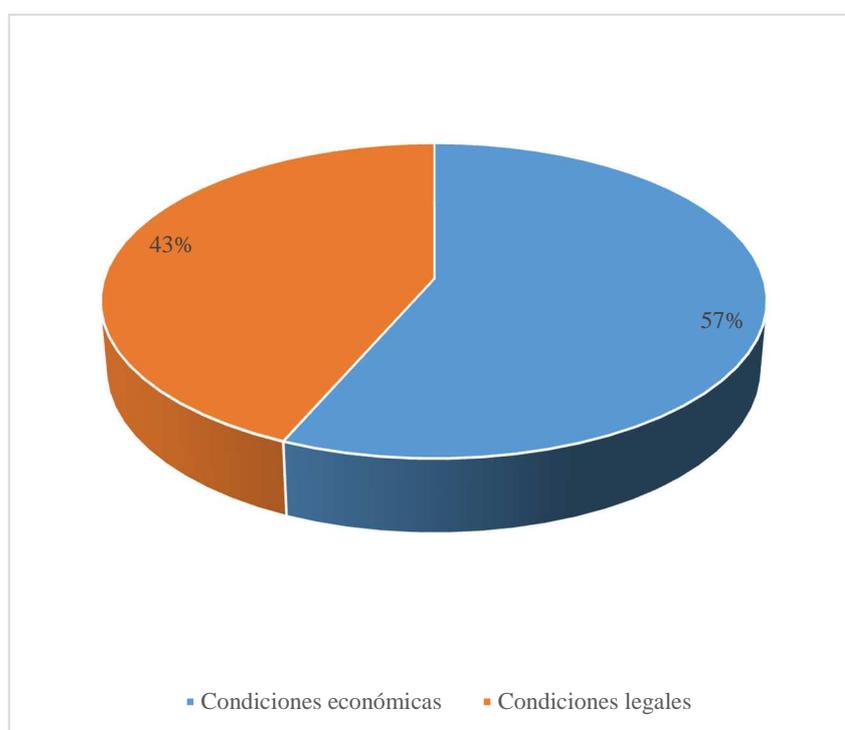


Figura 28. Tipos de impedimentos para la realización de actividades económicas

Interpretación:

Dentro de los impedimentos que se han presentado o que han visto las personas que pertenecen al sector informal se encuentran en un 57% las condiciones económicas y en un 43% las condiciones legales.

Pregunta 7:

¿Cuáles son las principales causas que no le permiten legalizar su negocio?

Tabla 11.

Factores que impiden la legalización de los negocios informales

Detalle	Cantidad	%
No es algo fijo	135	35%
Trámites largos	132	34%
Desconocimiento de los requisitos	117	31%
Total	384	100%

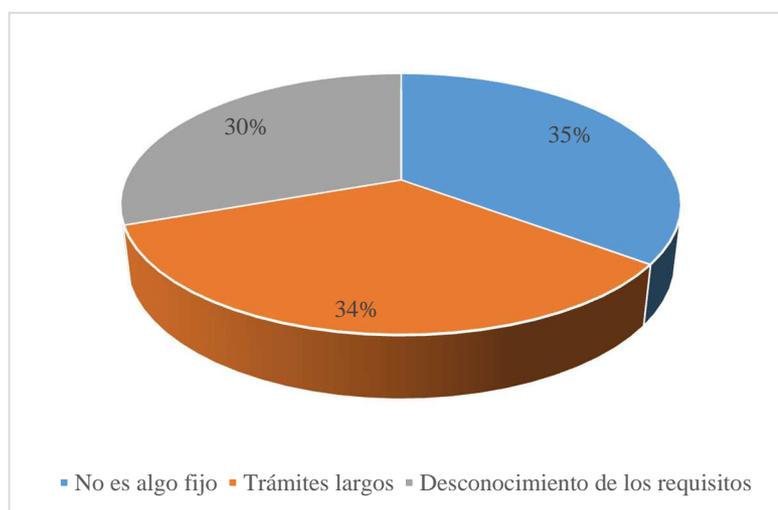


Figura 29. Factores que impiden la legalización de los negocios informales

Interpretación:

Los factores que impiden la legalización de los negocios informales de acuerdo a las encuestas realizadas son en un 35% que las actividades que realizan las personas no son fijas, es decir hoy se dedican vender aguas, mañana sandwiches, pasado mañana ropa y por lo tanto no podrían establecer una actividad económica fija; el 34% menciona que los trámites para legalizar sus negocios son muy largos y tediosos y que no cuentan con dinero para solventar los gastos de permisos que tendrían que cancelar.

Finalmente el 31% de las personas encuestadas han mencionado que desconocen los trámites que deben realizar para legalizar sus negocios y por lo tanto han mantenido sus actividades de manera informal.

Pregunta 8:

¿Considera que es necesario que se capacite o se instruya a los comerciantes informales sobre los requisitos y papeles que deben obtener para legalizar sus actividades?

Tabla 12.

Percepción sobre la necesidad de capacitación al sector informal

Detalle	Cantidad	%
Sí	267	70%
No	117	30%
Total	384	100%

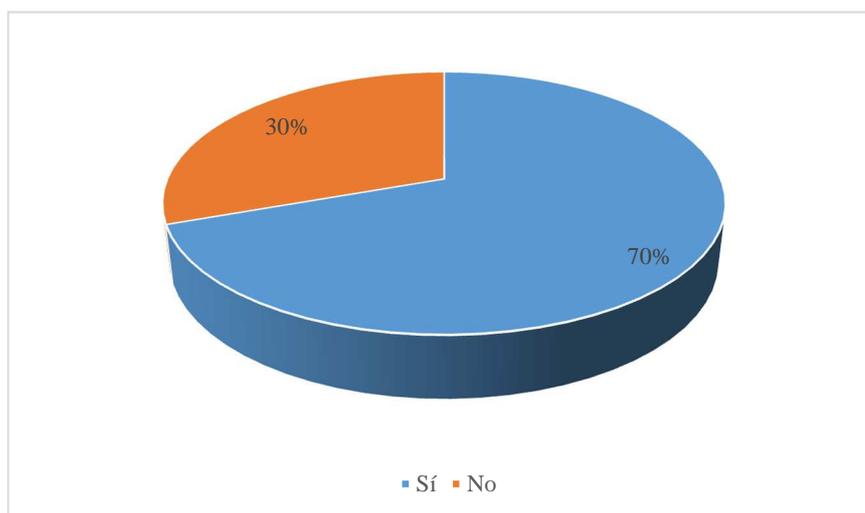


Figura 30. Percepción sobre la necesidad de capacitación al sector informal

Interpretación:

El 70% de los encuestados mencionaron que sería importante que se realicen capacitaciones para las personas que forman parte del sector informal, adicionalmente,

el 30% indicó que no contarían con el tiempo suficiente para asistir a dichas capacitaciones por lo tanto no lo creen necesario.

Pregunta 9:

¿Estaría dispuesto a legalizar su actividad con la asesoría necesaria?

Tabla 13.

Disposición para la legalización de las actividades

Detalle	Cantidad	%
Sí	217	57%
No	167	43%
Total	384	100%

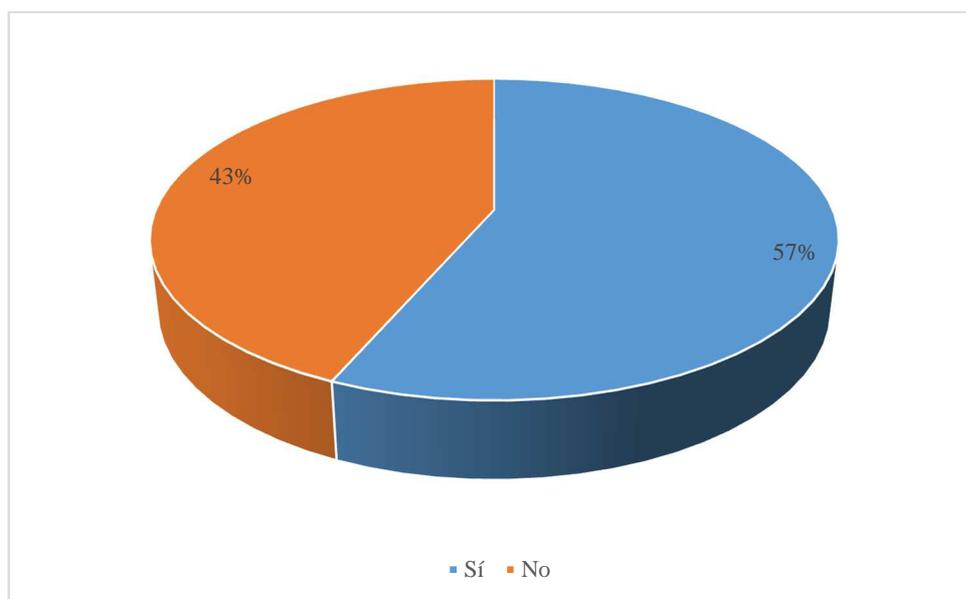


Figura 31. Disposición para la legalización de las actividades

Interpretación:

Sobre la disposición para legalizar sus actividades el 57% de los encuestados ha indicado que estarían dispuestos a hacerlo siempre que se cuente con una asesoría gratuita, mientras que el 43% indicó que no les gustaría por los costos que representa legalizar las actividades.

Pregunta 10:

¿Qué tipo de asesoría le gustaría recibir?

Tabla 14.

Tipo de asesoría a recibir

Detalle	Cantidad	%
Financiera	206	54%
Legal	50	13%
Académica	128	33%
Total	384	100%

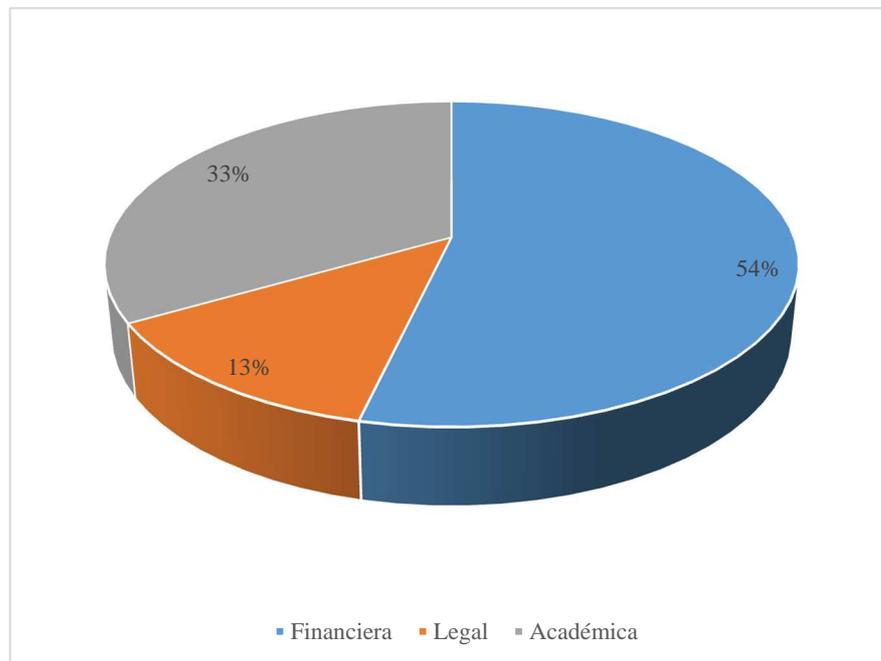


Figura 32. Tipo de asesoría a recibir

Interpretación:

Las asesorías que estarían dispuestos a recibir son financieras, legales o académicas, representando el 54%, 33% y 13% respectivamente.

3.5.2 Presentación de los resultados de la observación.

Los negocios analizados en un 60% carecen de local comercial propio para el desarrollo de sus actividades, negocios dedicados a la comida previeren un medio de transporte para trasladar los alimentos, de manera que puedan ir a lugares donde se encuentran multitudes para aumentar la probabilidad de venta del producto. Los negocios informales no llevan un registro de sus ventas, además no cuentan con una planificación para el nivel de ventas, lo que ocasiona directamente que exista una incertidumbre sobre la ganancia que se tenga del producto.

En cuanto a la relación con el personal es netamente informal, no están afiliados a la Seguridad Social, tampoco perciben un sueldo cercano al salario básico, lo que genera directamente que el personal no cuente con garantías en el trabajo realizado, sin embargo por la falta de oportunidades, terminan por aceptar este trabajo.

3.6 Informe de puntos críticos.

De acuerdo a los resultados de las encuestas se tiene que los comerciantes informales tienen los siguientes requerimientos a cubrir:

- Nivel de educación: 34% nivel secundaria
- Tipo de actividad: 57% comercial.
- Empleo estable: 53% si
- Condiciones para trabajar en el sector informal: 67% no
- Impedimentos para realizar actividades económicas: 60% si
- Tipos de impedimentos: condiciones económicas: 57%
- Causas por legalizar negocios: trámites largos 34%
- Necesidad sobre capacitaciones: 70%
- Tipos de asesorías: financieras 54%

Donde, las condiciones laborales que se observaron al momento de realizar las encuestas fueron las siguientes:

Ausencia de un local comercial

Los comerciantes informales no tienen un local donde comercialicen sus productos, algunos tienen poco inventario que lo llevan en la mano transitando por las calles de la ciudad de Guayaquil, ellos para atraer la atención, van por las avenidas informando el artículo que venden a precios inferiores a los locales formales, no ofrecen garantía y una vez que el producto está en las manos del cliente no se responsabilizan de los desperfectos.

Improvisan en vestuario.

La mayoría de comerciantes informales no disponen de un uniforme acorde a una atención al cliente, su vestimenta constituye una camiseta y un pantalón jean con zapatos deportivos aptos para caminar a lo largo de las avenidas, consideran que la compra de ropa formal o acorde al producto que comercializan es un gasto que no tienen como cubrirlo.

Falta de posicionamiento de marca.

Los comerciantes informales no venden imagen corporativa, sus artículos no poseen marca ni servicio de atención de post venta, lo que hace difícil diferenciarlos de la competencia, siendo la única estrategia válida para ello la oferta en precio, lo cual lo perjudica porque representa menos ingreso para ellos en sus ventas.

Comercialización de productos tangibles.

Los comerciantes informales no poseen estudios especializados, por lo tanto los servicios que ofrecen son de esfuerzo físico, o se dedican a la comercialización de productos tangibles, lo que hace posible que ellos dependan mucho del capital de trabajo para funcionar sus negocios, es decir un pequeño capital para la compra de inventario debido a que su falta de localización impide relaciones comerciales con el proveedor.

Esto crea una dependencia a contar con dinero en efectivo para ejercer actividades de comercio y un riesgo a gastarse el capital de trabajo en caso que de manera diaria no alcance a cubrir el presupuesto familiar, para esto es necesario que el comerciante informal tenga conocimientos financieros sobre la diferencia entre la utilidad y el costo de venta.

Falta de preparación para comercializar

Los comerciantes informales no poseen conocimiento de trato con el cliente, sus persuasión la han adquirido directamente del diario laboral, por lo cual evita que puedan identificar a su mercado objetivo, se refieran a personas que no tienen un interés en comprar sus productos y que estos a su vez conlleven a que reduzcan sus precios sin razón alguna.

Capítulo 4: Análisis de resultados

En referencia a los datos obtenidos del capítulo 2 que muestran las estadísticas sobre la informalidad en el Ecuador, mientras que en el capítulo 3 se muestran las opiniones de los comerciantes que se encuentran en la ciudad de Guayaquil, según reportes del Banco Central del Ecuador, los negocios pequeños son el motor de la economía, porque en su creación se genera directamente empleo, aunque no se garantice las competencias laborales descritas en el código de trabajo, sin embargo los negocios informales tienen la misma característica con la diferencia que ellas no declaran sus ingresos o a su vez no regulan sus actividades.

El pago de tributos beneficia a todos en la sociedad porque a través de la recaudación se genera directamente el presupuesto para la creación de obras, atención a personas de escasos recursos, sin embargo en la situación actual de un negocio, imponerle valores que los emprendedores tienen difícil de conseguir, es agravar la situación, porque no se muestran alternativas para que el negocio no pueda crecer.

Dentro del análisis de resultados se observan cada una de las variables que definen el problema que tienen los emprendedores al momento de llevar sus negocios a la informalidad, sumado con el costo que invierte por una razón social con la cual desconoce si va a obtener un rendimiento en el corto plazo, por lo tanto este presente capítulo se divide en los siguientes puntos:

- Factores que influyen en la informalidad de los negocios.
- Costo económico para formalizar un negocio.
- Planificación para garantizar la factibilidad de un negocio antes de su puesta en marcha.
- Soluciones para ayudar al emprendedor en su negocio.

Estos puntos tendrán la característica de tener una apertura como introducción y un resumen, de manera que se pueda elaborar una conclusión válida a la problemática planteada, estos datos analizan una realidad hasta el año 2016 sin que las actuales políticas del año 2017 influyan en su análisis final.

4.1 Factores que influyen en la informalidad de los negocios.

En referencia al Proyecto de Ley de Defensa de los Comerciantes Minoristas y Trabajadores Autónomos en el año 2008 afirma que en el país hay alrededor de 2'600.000 personas que financian su presupuesto familiar en función al trabajo informal; debido a que este grupo no logran encontrar un puesto de trabajo que les garantice una estabilidad laboral, además que cumplan con las obligaciones establecidas en el código de trabajo, como efecto se tiene que este grupo social busca y crea estrategias que busquen lograr cubrir la falta de empleo y protección que beneficia un contrato laboral.

Entre los trabajos informales se tienen: vendedores ambulantes por cuenta propia, prestación de servicios directo a viviendas, empresas, entre otros sin respaldo de una factura, a este grupo se suma un gran número de mujeres, adolescentes y niños que buscan contribuir a cubrir el presupuesto familiar.

Las condiciones de trabajo a la que son expuestas son; extensas horas de trabajo sin sueldo adicional, ingresos que no superan la cobertura de la canasta familiar, condiciones que quedan al margen de la protección de un Estado Ecuatoriano que regula el trabajo si el mismo es registrado antes sus entidades gubernamentales, volviéndose un problema social, por la violación de derechos a este grupo social. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el sector informal aborda cerca del 41% de la población que esta económicamente activa.

El problema de la informalidad en referencia a aspectos económicos se puede dividir en dos aspectos: 1.- la informalidad como efecto de los negocios formales, cuyas estructuras de personal tienen la incapacidad de ofertar plazas de trabaja para jóvenes estudiantes que cada año se incorporan al mercado de trabajo, adicionalmente se suma a este problema la falta de preparación de este grupo por la inasistencia a colegios y escuelas, migraciones que se dan desde el campo hacia la ciudad por falta de oportunidades de emprendimiento, y la dificultad que tienen las personas de

encontrar trabajo porque los empleados demandan personal calificado para ocupar sus programas de rendimiento.

Un prematuro ingreso al mercado laboral de las personas significa que acceda a trabajos que requieran esfuerzo físico, porque las plazas intelectuales son difíciles de comprender y el empresario no está de acuerdo con invertir sus capitales para capacitar al personal recién contratado.

Con aspecto 2.- se tiene a la crisis económica generada por la globalización, la competitividad, la falta de alternativas de comercialización que hace que las personas realicen trabajos que saturan al mercado, y que requiere que se ahorren costos de producción, por lo tanto una oficina, un personal que debe ser capacitado, retrasan la generación de ventas e incrementa las inversiones necesarias para un trabajo.

Por otro lado la posibilidad de aprender un oficio genera que el emprendedor de manera directa solamente perciba el diferencial para general el dinero pero no cree bases que le ayuden directamente con tratar de crear un negocio en el largo plazo, además el Estado no puede impedir el comercio ni tampoco regular el momento exacto en el cual el negocio nace, solo lo puede identificar cuando el número de transacciones se va incrementando.

Los entes gubernamentales han motivado para que el emprendedor al momento de generar un ingreso legalicen sus actividades, empleando sanciones que perjudican al negocio informal, porque decomisa, confiscan, retienen, incautan, requisan las mercaderías que ellos comercializan en espacios públicos, apoderándose del capital de trabajo con lo cual generan ingresos, impidiendo que ellos puedan ejercer actos de comercio.

El 29 de abril del 2006 en la ciudad de Guayaquil se aprobó una ordenanza municipal sobre la operación de mercados informales, obligando que los comercios informales sean retirados de las calles del centro de la urbe, Mercado del Sur, La Caraguay, Cuatro Manzanas y sus alrededores más de treinta mil personas que se dedican al comercio informal para que sean reubicados en mercados de tipo municipal, pero sus actores consideran inoportuno, porque no les permiten directamente ir donde

está el cliente para facilitar el negocio, ven un local como un limitante tanto en el sitio como competitividad porque tienen muchos otros competidores a su alrededor que le quitan clientes.

Se puede atribuir que la generación de la informalidad no solo es un efecto de la crisis que existe a nivel mundial, porque las políticas internas también tienen mucho que ver, ya que limitan el comercio y atraer la inversión. Un antecedente gubernamental es la acción del Gobierno del Economista Rafael Correa, la cual ratificó un pago de anticipo de impuesto a la renta que de manera directa obliga a pagar impuestos independientemente que las empresas tenga pérdidas, asumiendo que sea un valor que se pague por concepto del espacio que los bienes tengan en territorio ecuatoriano, perjudicando de esta manera a las inversiones que se podrían generar en el Ecuador.

4.1.1 Tipos de negocios informales.

Según el Banco Central del Ecuador, en su revisión sobre el comercio informal, indica que existen los siguientes grupos a los que se dedica este sector:

- Comercialización de ropa: en esta destacan las bisuterías, ropa deportiva, formal, chaquetería entre otras.
- Comercialización de calzado.- para ocasiones formales, casuales o deportivas, estos se encuentran en los negocios del sector de la Bahía en Guayaquil.
- Industria de maletas: es ideal para las personas que buscan un artículo para el viaje o vacaciones, estos son: bolsos, mochilas, carteras, maletas entre otros.
- Industria de artesanías.- pese a que existe un grupo de personas calificadas que se dedican a la elaboración y comercialización de estos productos, se pueden nombrar los siguientes: collares, cerámicas, adornos y pulseras.
- Comercialización de golosinas.- este tipo de mercado se evidencia directamente en los buses, con lo cual ofertan las unidades entre un costo de \$0.50 centavos a \$1.00 dólar, accesible para cualquier ciudadano, entre los que se destacan se encuentran: caramelos, cigarrillos, enlatados, bebidas gaseosas, lácteos entre otros.

- Industria de los tejidos.- al igual que la ropa, estos directamente complementan la vestimenta de las personas, también se encuentra en el grupo de la informalidad, entre los sectores que se destacan se tiene: sacos, chalinas, ruanas, gorras entre otros.
- Industria de las grabaciones.- este segmento se deriva de los recuerdos que las personas quieren realizar por medio de los almacenamientos en casete, cd, videojuegos, estos también se encuentran en el sector de la bahía.
- Industria de la comida.- dentro de la industria de la comida se tiene la oferta de jugos, frutas, comidas rápidas y frituras, este tipo de negocio es el más común, puesto que la demanda de alimentos incrementa, principalmente cuando existen espectáculos públicos.
- Comercialización de vegetales.- entre ellos se destacan la venta de hortalizas y legumbres, propios de campesinos que sacan sus cosechas para colocarlos en manos del consumidor final.
- Finalmente se tienen a las baratijas, los cuales comercializan, peluches, juguetes, calculadoras, paraguas, gafas, relojes entre otros.

Dentro de los factores que afectan directamente el negocio se lo puede dividir en dos tipos de criterios: financiero y administrativo, estos se dividen a su vez en los siguientes:

4.1.2 Factores financieros

Los factores financieros de un negocio corresponden a la forma de apalancamiento de para adquirir los equipos y maquinarias para producir los productos o en el caso de dedicarse a la comercialización, mantener un inventario disponible para la venta, sin embargo a diferencia de un negocio formal, la confianza representa un factor que no es favorable en este sector, porque no tienen lugar propio, tampoco un registro de antecedentes sobre el producto vendido, ni estrategias de fidelización de la marca, estos se analizan a continuación.

4.1.2.1 Ausencia de conocimientos financieros.

La creación de un emprendimiento no requiere de conocimientos administrativos, técnicos, financieros, porque la persona que lleva la iniciativa del negocio se ha especializado en temas netamente de la transformación o forma de comercializar un producto, situaciones que no tienen que ver con el control, por lo tanto al principio no se tendrán desventajas pero si limita el concepto de asegurar un desarrollo económico en el negocio.

El emprendedor conoce la técnica de su producto, las características que lo hace único, pero al momento de comenzar a transaccionar, carece de conocimiento para determinar un precio de venta, en la mayoría de las situaciones procede a tomar como referencia a los competidores, pero no adicionan variables con referencia al tamaño, histórico en el mercado, posicionamiento de marca entre otros, llevando a reducir el precio solicitado para motivar la generación de ventas.

Otro punto a aclarar es la manera en cómo controlar el costo del inventario y los medios de obtenerlo, ya que el comerciante informal no crea estrategias para abaratar sus costos, sino que lo consigue de los distribuidores, con lo cual impacta directamente el beneficio obtenido de cada unidad posteriormente a su venta. A continuación se muestra una estructura de venta tradicional que tiene el vendedor informal en su modelo de comercialización.



Figura 33. Estructura de comercialización de vendedores informales.

En la figura se muestra que el vendedor informal debe pasar directamente por beneficiar a un distribuidor mayorista y minorista para adquirir su producto, ajustando el beneficio por unidad vendida todavía a un precio mucho menor al consumidor final para que sea atractivo, lo cual genera las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas en la estructura de comercialización.

- No tiene que invertir en maquinarias y equipos porque adquiere un producto terminado.
- Puede aprovecharse del posicionamiento de una marca, ya que se encarga de comprar y vender el mismo producto sin ningún proceso de transformación.
- No tienen reprocesos porque no crea canales de comunicación para un servicio post venta.
- No invierten en publicidad porque su medio de venta es ir donde se encuentra el cliente.
- Pueden manejar diferentes marcas, otorgando diferentes opciones a los clientes.

Desventajas en la estructura de comercialización.

- No es catalogado como parte de la cadena de distribución por lo tanto sacrifica su beneficio para formar parte de él
- No es un distribuidor autorizado por lo tanto los competidores puede influir en su forma de comercialización.
- Puede obtener el inventario siempre y cuando tenga capital de trabajo.
- No tiene una capacitación previa para comercializar por lo tanto el precio es su única estrategia para financiamiento.
- Se mantiene en el anonimato, en ciertos casos requiere de un local comercial, otros permanece de manera ambulante.

Los grupos sociales de este sector afirman según en la encuesta realizada que requieren de una capacitación para formalizar sus negocios, además de evitar tener un impacto netamente financiero en su economía, tomando el justificativo que recién inician y su objetivo es tratar de recuperar la inversión, además afirman que la forma de apalancamiento está enmarcada directamente a la falta de confianza del sector financiero porque sus negocios no existen legalmente.

Esto genera que tengan que acudir a otro tipo de financiamiento.

4.1.2.2 Formas de financiamiento alternas.

Los emprendimientos que están en la informalidad solo pueden acceder a formas de financiamiento que no se encuentran reguladas por la ley, esto es la usura, préstamos a familiares, amigos, con altas tasas de interés que impactan directamente el beneficio del negocio, incluso llevándolo a la quiebra y afectando al emprendedor, generando a futuro problemas económicos.

En el sector de compra y venta de productos intangibles es una realidad que se da debido a que necesitan mercadería disponible para posteriormente venderlos, los distribuidores por la falta de confianza no pueden ofertar crédito, porque no saben dónde viven ya que no tienen un lugar fijo donde comercializar.

4.1.3 Factores administrativos

Este tipo de negocios tiene la característica que todo su personal contratado es para impulsar el nivel de ventas, sin embargo la parte de control está ausente porque su estructura económica no permite sumar mayores costos fijos. Dentro de los negocios informales se tienen las siguientes falencias:

- Personal no calificado para procesos de análisis.
- Procesos improvisados
- Dirección de la empresa a cargo de una persona que solo conoce el producto.
- Falta de conversación con proveedores para crear estrategias.
- Falta de planificación en tiempo, demora y atención.
- Ausencia de un análisis financiero sobre el número mínimo de unidades a vender.
- Ausencia de planes de marketing y diferenciación con la competencia.
- Falta de cálculo sobre la productividad del negocio.
- Ausencia de fuentes de financiamiento.
- Falta de estudios de viabilidad del negocio.
- Ausencia de registros contables y elaboración de balances.
- Falta de análisis sobre la competencia.

- Limitante en capacidad de venta, los negocios se componen de una sola persona que no alcanza a vender el producto en un solo día.

4.2 Planificación para garantizar la factibilidad de un negocio

Muchos negocios se han creado a partir del grado de experiencia que tienen personas allegadas al emprendedor, son puestos en marcha sin un estudio previo o la identificación del mercado objetivo, por lo tanto en el mediano plazo mucho de ellos fracasan porque no pueden financiarse o no pueden abarcar todo el mercado, crean la siguiente pregunta:

¿Cuándo es el momento ideal para ampliar el negocio sin que me impacte económicamente?

Es aquí donde el control financiero directamente influye en la toma de decisiones, obliga al emprendedor a buscar nuevos mercados o a crear alianzas estratégicas directamente con el proveedor del producto, evitando que los intermediarios disminuyan el beneficio económico por cada producto vendido, es necesario que el emprendedor tenga conocimientos financieros, contables, tributarios, legales para que funcione su negocio, sin embargo la falta de recursos para cubrir los estudios y el tiempo destinado para acudir a clases lo pueden limitar para convertirse en un todólogo de un negocio.

A continuación se mencionan algunos factores claves para garantizar el éxito del negocio, descritas por Flores (2015) los cuales se muestran a continuación.

Planeación.- Siempre tratar de medir hacia donde se quiere llegar, en caso de obtener un bien o servicio tratar de identificar hacia quien se desea ofertarlo y además que otras opciones se tiene como competidores del mercado.

Planificación.- Una vez realizada la planeación se debe escribir los recursos que se necesitan tanto físicos como recursos humanos y financieros para hacer realidad el modelo de negocios.

Organización.- Si las actividades que se realizan para ofertar un producto o servicio son tediosas y difíciles de manejar entonces es necesario contratar un personal que sirva de apoyo para la administración pero que asegure el cumplimiento de las medidas planteadas en la planeación, este recurso demanda financiamiento por concepto de remuneración y puede disminuir los beneficios previstos en la planificación.

Dirección.- Es la manera en cómo la organización debe tratar de cumplir los objetivos de la compañía, para esto es necesario designar jefes que evalúen la gestión del recurso humano contratado, este paso debe hacerse todos los días ya que de esa manera se puede dar cuenta el administrador que existe un desperdicio de recursos.

Control.- Es una evaluación previa de lo realizado durante una jornada o periodo laboral ya que mide si los cumplimientos que se demandaron al principio de una propuesta se han cumplido o no y el costo financiero que represento esta falta de gestión.

Retroalimentación.- Catalogado como mejora continua, revisa la efectividad del control y en caso de no detectar los puntos clave propone otros nuevos procesos que incentiven al control.

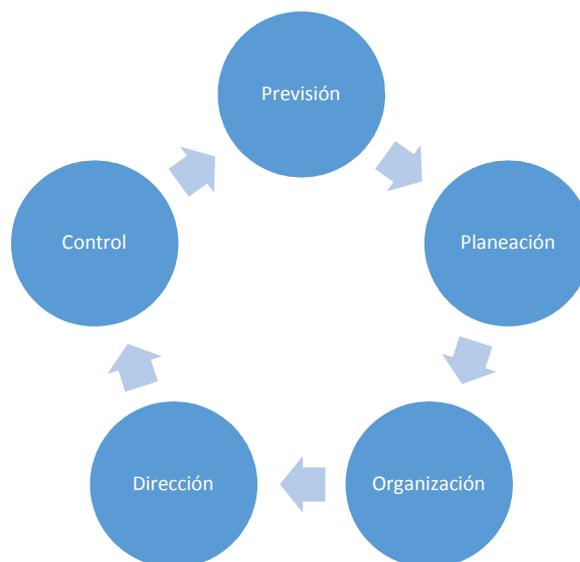


Figura 34. Proceso de control administrativo

En la figura se muestra las cinco fases descritas del proceso administrativo a diferencia de la retroalimentación que se puede dar en cualquier fase, ya que se busca simplemente el manejo eficiente y eficaz de los recursos. Es necesario que los vendedores informales definan hacia donde van dirigido sus productos, ya que de esa manera se puede planificar un presupuesto el cual sirva como una guía o control para definir el total de la inversión y de esa manera no incurrir en gastos extraordinarios personal que pueden comprometer a su negocio puesto en marcha.

Para aquellos negocios comerciales que según en la encuesta es la mayoría en los modelos de negocios, el control financiero es una base primordial ya que para generar su proceso de venta debe contar previamente con una mercadería que debe ser pagada a un proveedor que ha fabricado la misma. Cuando son micronegocios los proveedores normalmente no realizan créditos ya que el riesgo de impago sube debido a que no lo conocen y no cuenta con un historial de trabajo previo o una herramienta que justifique sus ingresos que respalden su capacidad de pago.

4.3 Factores claves del éxito.

- Lograr que el vendedor informal muestre un cierto interés en formalizar su negocio.
- Mostrar la iniciativa de capacitación a través de fundaciones que promuevan el microcrédito.
- Generar que en el proyecto un estudio organizacional para seleccionar el personal capacitador.
- Lograr que el vendedor informal tenga una capacitación básica del concepto de contabilidad.
- Catalogar la propuesta como un control de gestión para los negocios informales y en ellos crear nichos potenciales de negocios.
- Buscar alternativas de interés barato para que puedan financiar los modelos de negocios a través de planes de comunicación que busquen a los inversionistas.
- Contar con un personal experto en actividades contables y financieras.
- Incentivar al financiamiento de estos negocios a través de la seguridad de mostrar reportes financieros que muestren la situación económica de la propuesta.

- Impartir estudios básicos de materia legal para que los emprendedores puedan sacar la personería jurídica de sus negocios.
- Formar un modelo de gestión a través de una mentoría especializada para los vendedores informales.

4.4 Registros administrativos.

Una vez obtenido el reconocimiento legal, las empresas deben obtener una serie de permisos o registros administrativos, que se pueden congregar en dos grandes grupos.

Los registros y licencias del gobierno central son concedidos a través de sus ministerios y organismos desconcentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales.

Los registros a los que debe acudir toda empresa que inicia operaciones son:

Registro único de contribuyentes (RUC): el trámite puede durar entre 1 y 4 días. Se realiza ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS): obtención de la cédula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión.

Ministerio de Trabajo: inscripción de trabajadores en la Inspectoría de Trabajo.

Aparte, las licencias del gobierno central más importantes son:

Permiso sanitario: licencia otorgada por la Dirección General de Salud del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos generales son sencillos de cumplir. Existen requisitos adicionales que varían de acuerdo al tipo de actividad. Por ejemplo, para abrir cafeterías, fuentes de soda, restaurantes, moteles, hostales y pensiones se requiere presentar la licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.

Para abrir una farmacia se debe presentar el plano del local a escala 1:50 con 40 metros cuadrados como mínimo, croquis de ubicación del local, récord policial del

propietario, licencia de estupefacientes y carné actualizado de representante farmacéutico.

Licencia ambiental: es la autorización que otorga el Ministerio del Ambiente, para la ejecución de una actividad que pueda afectar el medio ambiente. Se aplica en todo el ámbito nacional, salvo en los casos de Quito y Guayaquil donde la licencia es otorgada por el Municipio.

El trámite es relativamente largo, seguido sobre todo ante la Sub Secretaría de Calidad Ambiental. El costo es de 0,1% del valor del proyecto, pero durante el trámite se debe pagar además una tasa por US\$ 50, el 10% del costo de los estudios para el certificado de aprobación de estudios y trámites, una garantía de fiel cumplimiento, una póliza de seguros por daños ambientales y contra terceros, así como el costo total del seguimiento y monitoreo. Las licencias municipales tienen por finalidad velar por el crecimiento ordenado y seguro de la actividad empresarial dentro de su competencia territorial, aunque en algunos casos se trata simplemente de un impuesto.

Permiso sanitario de funcionamiento: el trámite demora 15 días útiles. Sólo se puede obtener el permiso hasta el 30 de junio de cada año; pasada esa fecha debe pagarse mora.

Para obtener el permiso debe presentarse:

- i) certificado de uso de suelo otorgado por el departamento de Gestión Urbana (en mecánicas, vulcanizadoras, aserraderos, mecánicas industriales, bares, cantinas, lubricadoras, cerrajerías);
- ii) categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario;
- iii) Comprobante de pago de patente del año,
- iv) certificado de salud;
- v) informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad;
- vii) copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario. La solicitud de inspección sanitaria tiene un costo de US\$ 4,70. El usuario debe cumplir con 91 medidas sanitarias que son revisadas por un inspector, de lo contrario este otorga 30 días para que se corrijan las observaciones.

Licencia ambiental y permiso ambiental: Si no hay observaciones, la licencia puede ser otorgada en 52 días. El trámite es de conocimiento público, la solicitud es revisada por un jurado compuesto por miembros de la sociedad civil y cualquier ciudadano puede oponerse al otorgamiento de la licencia. La primera instancia es la Dirección de Medio Ambiente y, en caso de apelación por el solicitante o cualquier ciudadano, la segunda instancia es el Alcalde.

Patente municipal: El trámite es sencillo y se realiza en el día ante la Dirección Financiera de la Municipalidad Para que una persona jurídica obtenga la patente necesita presentar en original y copia lo siguiente:

- i) Escritura de constitución de la compañía;
- ii) resolución de la Superintendencia de Compañías;
- iii) cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal o del juez; y
- iv) dirección donde funciona la misma.

Comercio en espacio de circulación pública: es una licencia para realizar comercio minorista en la vía pública, lo que la propia Municipalidad denomina “comercio informal”. El trámite demora 15 días laborables.

De conformidad con las ordenanzas vigentes del Comité Administrativo del comercio informal, éste se reserva el derecho de autorizar o negar el permiso, así como de asignar el sitio de ocupación de acuerdo al plan de manejo y uso del suelo, normas higiénicas sanitarias, reglamentaciones y políticas vigentes. El permiso es personal, intransferible y se otorga a quien atiende en el negocio. Para obtener el permiso se debe presentar

- i) Formulario de comercio informal con el registro de datos y timbres (croquis de ubicación);
- ii) certificado de salud actualizado por el Municipio o los laboratorios autorizados. (En caso de expendio de alimentos);
- iii) Récord policial original y actualizado;
- iv) 2 fotografías,
- v) Cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada;
- vi) declaración juramentada de no poseer otro permiso de comercio informal;

vii) certificado de desratización y desinfección actualizados cada seis meses (solo para kioscos y casetas, otorgado por la Jefatura Provincial de Salud.

Tasa de habilitación: es la licencia de operación que se obtiene ante la Dirección de Uso del Espacio y la Vía Pública. El trámite dura entre 5 a 30 días útiles, dependiendo del tipo de actividad, lo cual incluye una inspección. Tiene vigencia de un año. Además de los requisitos generales, se debe presentar lo siguiente:

- i) recibo del pago de la tasa única de trámite,
- ii) solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios,
- iii) copia de la cédula de ciudadanía,
- iv) copia del RUC,
- v) copia del nombramiento del representante legal (personas jurídicas),
- vi) carta de autorización para la persona que realice el trámite,
- vii) copia de la patente del año a tramitar,
- viii) copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo), y
- ix) croquis bien detallado donde está ubicado el negocio.

Estudio de impacto ambiental: seguido ante la Dirección de Medio Ambiente. El procedimiento dura 30 días útiles. El principal requisito es la aprobación del estudio de impacto ambiental. Permiso de ocupación de la vía pública: licencia que deben obtener las personas cuya actividad empresarial se realiza a través de carretillas, kioscos, puestos fijos, mesas, sillas y vitrinas en la vía pública. El trámite se realiza ante la Dirección del Uso del Espacio y la Vía Pública y dura 5 días. Debe presentarse:

- i) Recibo del pago de tasa única de trámite,

- ii) solicitud de ocupación de la vía pública,
- iii) copia de la cédula de ciudadanía del solicitante,
- iv) carné de manipulación de alimentos, de ser el caso,
- v) croquis bien detallado del lugar donde se ubicará la carretilla, kiosco, etc.,
- vi) medidas exactas de la carretilla, kiosco etc., vii) foto a colores de la carretilla, kiosco, mesas, puestos etc., y
- viii) planilla de medidor, según el caso.

4.5 Soluciones para ayudar al emprendedor en su negocio.

El programa de riesgo financiero es tratar de que la propuesta vaya más allá de una simple capacitación, sino de dejar posicionado el negocio del vendedor informal para que el mismo confíe en el servicio otorgado y de este modo en este caso las fundaciones sean catalogados como verdaderas incubadoras de gestión en los negocios, labor que en otros países desarrollados lo realizan las universidades.

Este programa además de prevenir el riesgo financiero de pérdida del negocio puede ser catalogado como un potenciador de negocios en marcha, esto es demostrado mediante los siguientes pasos:

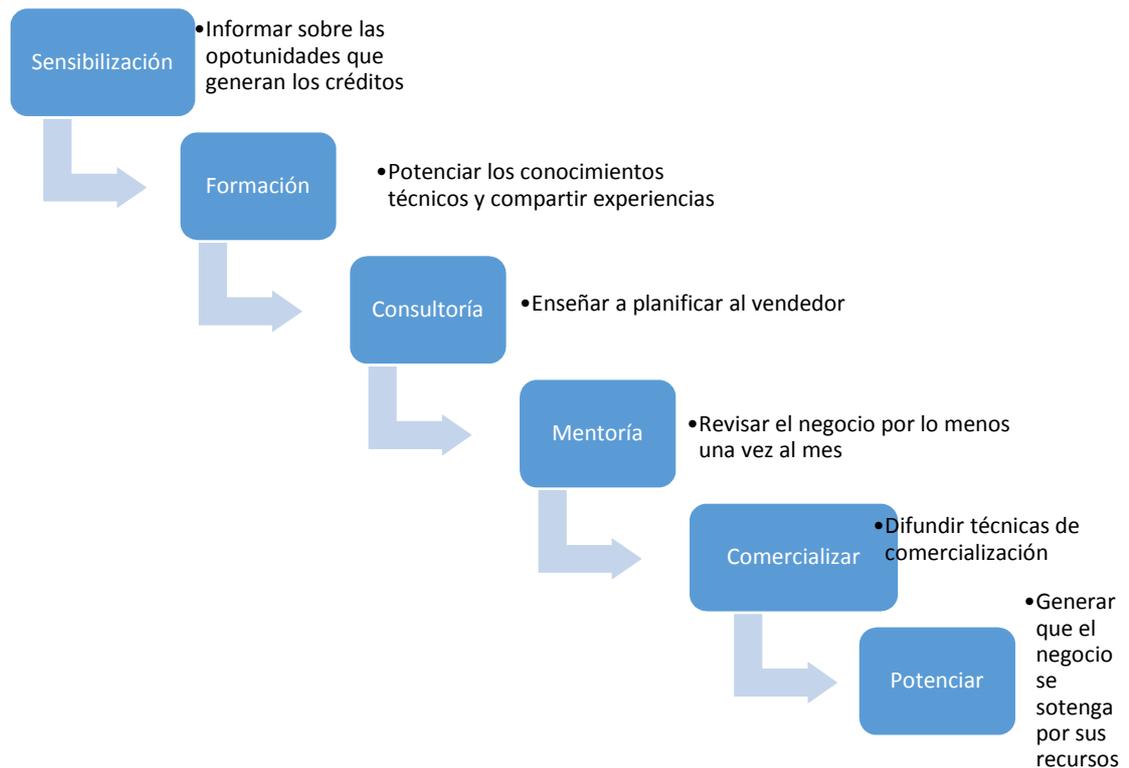


Figura 35. Pasos para potenciar un negocio.

En la figura se muestran los pasos para potenciar un negocio donde se comienza de la información del programa, su formación como emprendedor, planificar las actividades del negocio a través de la consultoría, incentivar a la mentoría es decir que se transmita el mensaje de las técnicas de control financiero, se midan las metas a través de técnicas de evaluación financiera y de punto de equilibrio y finalmente potenciar el negocio es decir que se sostenga con sus propios recursos obtenidos de cada venta.

Una de las alternativas es tratar de que el inversionista confíe en la fundación informando el destino que tiene su dinero, para lo cual se estableció un programa que le permita a la empresa seleccionar el tipo de emprendimiento al cual vaya destinada su inversión, es decir un canal interactivo que muestre el tipo de negocios que la fundación está actualmente buscando financiamiento. Este canal consiste en los siguientes pasos:

Paso 1.- Contar con la opción de crear un usuario vía web:



Figura 36. Registro de usuarios en portal de recaudación de dinero

Paso 2.- Mostrar el perfil de los emprendedores que necesitan dinero prestado.



Figura 37. Identificación de los usuarios que necesitan dicho capital

Paso 3.- Colocar un perfil con el tipo de negocio que se lleva a cabo, el monto solicitado y el plazo de las opciones de pago.



88% fundado
 Sólo 18 minutos para el final! \$ 175 a ir

total del préstamo: \$ 1.500
 Desarrollado por 48 prestamistas

Carmen Amelia
 San Gabriel, Ecuador / Ganadería

\$ 25 ▾ [prestar ahora](#)

Un préstamo de \$ 1,500 ayuda para comprar terneros, vitaminas y sal.

La historia de Carmen Amelia

Carmen es de cuarenta y seis años de edad. Ella es casada y su marido es pagado por el día. Ella tiene tres hijos, de 17 años de edad, Byron, de 11 años de edad, Verónica, y 18 años de edad, Nataly, que están estudiando. Ella también tiene una nieta de un año de edad, Rosita. Carmen revela que cuando era niña aprendió trabajos agrícolas porque sus padres vivían en el campo. Por lo tanto, se ha ganado la vida durante los últimos 20 años que crían terneros. A través de este trabajo, ha logrado salir adelante con su familia. Ella es conocida por ser muy trabajador, amable y responsable. Ella quiere aumentar su negocio y necesita comprar los terneros, vitaminas, y la sal. De esta manera, ella será capaz de aumentar ligeramente sus ingresos, lo cual es necesario para la educación de sus hijos. En el futuro quiere salir adelante y por sus hijos para hacer la mayor parte de sus estudios.

detalles del préstamo

Duración del préstamo :
17 meses

Calendario de pagos : mensual
 Fecha de Desembolso :
 4 de agosto de, el año 2016
 Pérdida por cambio de moneda : N / A
 Facilitado por campo Socio :
 VisionFund Ecuador
 Es deudor el pago de intereses ? Si

Figura 38. Perfil de usuarios

Paso 4.- Proponer una forma de pago a través de canales electrónicos con un monto de \$25 dólares mínimo:

mi cesta
Revisar y pagar
Gracias



Préstamo no reservada. ¿Por qué?

Carmen Amelia
 Ecuador / Agricultura
 Financiado a través del canal de distribución VisionFund Ecuador

\$25 ▾

[Retire](#)

Kiva ayudar a llegar a más prestatarios de todo el mundo: **\$ 3.75**
[¿Por qué necesita Kiva su donación](#) [Change](#)

Orden del total: **\$ 28,75**

Total de Pagar \$ 28,75

Tenga una tarjeta de Kiva? [Ayuda](#)

[Continuar](#)

Figura 39. Forma de pago.

Con este tipo de forma de atraer inversión se puede captar capitales de todas partes permitiendo al inversionista tener una manera de identificar hacia donde está su dinero, la fundación solo se encargaría de cobrar el monto prestado y servir como gestor de ayuda para administrar el negocio.

Los canales de comunicación parte de una necesidad de convencer al inversionista en colocar sus capitales en los micronegocios, por lo tanto combina la información de la página web para canalizar al inversionista a su sitio de Facebook y una vez que el mismo observe la gestión del equipo de trabajo de la fundación sea directamente llevado a la herramienta de reclutamiento de capital mostrando los tipos de emprendimientos dándole una opción de elegir y con ello formar parte de la iniciativa social tal como lo muestra el siguiente canal de distribución:

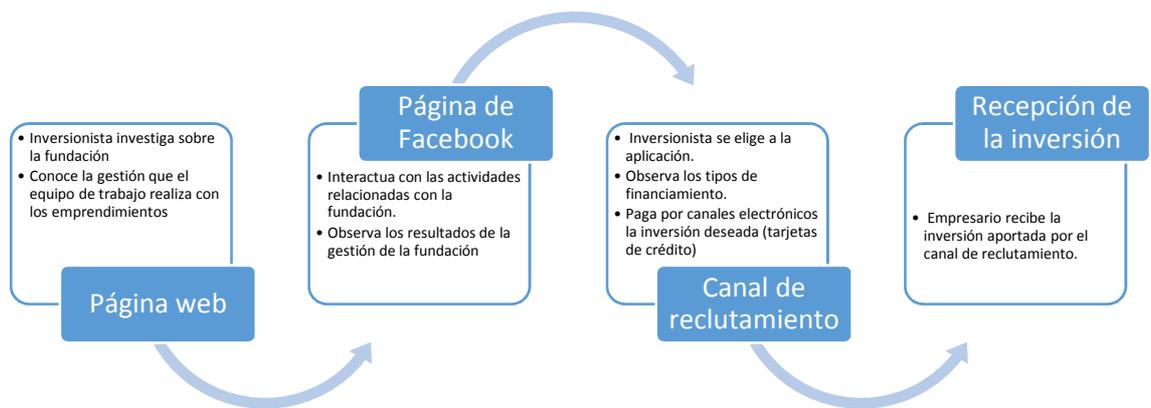


Figura 40. Modelo de reclutamiento de la inversión a través de canales de comunicación.

Conclusiones

Una vez culminado el proyecto de investigación, se tienen las siguientes conclusiones:

Según organismos internacionales, afirman que la informalidad se genera por la falta de empleo, condiciones legales no acordes a la realidad económica, y a la falta de recursos para cubrir el presupuesto familiar, llevando a las personas a improvisar en negocios de medio tiempo a comercializar productos de referencias con personas que actualmente se dedican al negocio, su improvisación hace que en el mediano plazo no tenga un futuro económico alentador porque no le permite formar una compañía, y el riesgo de fracaso financiero siempre estará presente.

Dentro de la problemática sobresalen los empleos informales, los mismos que no ofertan condiciones laborales tipificadas en el código de trabajo, por lo cual hace imposible hacerlo porque los negocios no existen, además su inestabilidad en la generación de ventas, hace imposible garantizar la cobertura de un presupuesto mensual, por lo cual los emprendedores tratan de evitar contratar bajo relación de dependencia.

Se realizó una encuesta de preguntas cerradas a los vendedores informales localizados en el sector de la Bahía en la ciudad de Guayaquil los cuales afirmaron que la falta de empleo formal ha llevado a que improvisen en la obtención de ingresos, porque disponen de familias, hijos que demandan un ingreso dentro de la familia, y que los obliga a seguir con este tipo de actividades. Muchos de ellos empezaron sin ninguna ayuda financiera, prestando a sus familiares, amigos o conocidos para la compra de inventario, consideran que el pago de impuestos les resta capital de trabajo en sus negocios.

Recomendaciones

Conseguir un grupo de personas capacitadas en el área de administración, contabilidad y economía, para que a través de su experiencia orienten a los vendedores informales a colocar negocios cumpliendo con todas las normas legales, y que les permitan tener un historial de ventas que les ayuden a abrir las puertas del sector bancario.

Fijar un presupuesto para todas las áreas que el vendedor incurre como por ejemplo, realizar una partida para el costo de venta, tiempo que cuenta para vendedor y el beneficio que desea ganar para establecer un punto de equilibrio que cumpla de manera diaria y así financiarse a través de su propio trabajo sin incurrir en un apalancamiento.

Reducir al máximo costos fijos, como por ejemplo un mínimo de sueldo que desea ganar, comprar mercaderías directamente de las fábricas y comunicar a sus proveedores las condiciones de intermediarios que tienen para evitar incurrir en el precio de venta para el consumidor final.

Bibliografía

- América Economía. (2015). *Ecuador: la informalidad e ingresos de US\$452 al mes marcan el empleo*. Guayaquil: Diario El Universo.
- Ávila, J. (2011). *Economía*. Zapopan, Jalisco: Umbral Editorial S.A.
- Bigne, S., & Cuenca, A. (2012). *Investigación de mercados*. Barcelona: MCGRAW-HILL.
- Borello, A. (2011). *El Plan de Negocios*. Madrid: Diaz de Santos.
- Cervantes, J. (2013). *Evaluación Económica Financiera*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Chaves, E. (2013). *Administración de materiales*. Barcelona: Pearson.
- Emery, D. (2011). *Fundamentos de Administración Financiera*. Atlanta: Pearson.
- Fernández, K. (2006). *Out of the shadows: Political action and informal economy in Latin América*. Estados Unidos.
- Hurtado, J. (2014). *Metodología de la investigación holística*. Caracas: Fundacion Sypal 1era. Edición.
- IDE Business School. (2012). *Actividad Emprendedora Temprana*. Recuperado el 22 de Marzo de 2015, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/los-tres-desafios-del-emprendedor-ecuatoriano>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Empleo Informal*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/MEMES/empleo_informal/files/assets/downloads/publication.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (30 de Abril de 2015). *ecuador en cifras*. Obtenido de ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IER-IVI/Publicaciones_IVI/IVI_2015/IVI_PUBLICACION_ABR_2015.pdf
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de economía*. Barcelona: Editorial Reverte S.A.

- Malhotra, N. K. (2012). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Maslow. (1970). *Motivation and Personality*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Organización Internacional del Trabajo . (2009). *Definición ampliada del mercado informal*. Lima:
<http://white.oit.org.pe/spanish/260ameri/oitreg/activid/proyectos/actrav/proyectos/pdf/>.
- Paz, J., & Miño, C. (2015). *Historia de los Impuestos en el Ecuador*. Quito: Servicio de Rentas Internas del Ecuador SRI.
- Phillip, P. (2011). *Economía de Empresa*. México: Pearson Educación.
- Programa de Recuperación de Empleo en América Latina y el Caribe . (2002). *La economía informal: hacer posible la transición al sector formal*. Suiza:
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/meetingdocument/wcms_125491.pdf [Acceso: 4/02/2012]. .
- Ross, J. (2012). *Finanzas corporativas*. México DF: Mc Graw Hill Educación.
- Servicio de Rentas Internas. (2012). *Estadísticas RISE*. Recuperado el 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/rise>
- Servicio de Rentas Internas. (Diciembre de 2015). *Informe mensual de recaudación*.
 Obtenido de
[file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Informe%20de%20recaudacion_%202015%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Informe%20de%20recaudacion_%202015%20(1).pdf)
- Superintendencia de Compañías. (2011). *¿Cómo constituir una compañía?* Obtenido de
http://appsevs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_elec.zul#PhotoSwipe1465917769539
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2017). *Anuarios estadísticos*.
 Obtenido de
<http://www.supercias.gob.ec/home1.php?blue=a00e5eb0973d24649a4a920fc53d9564&ubc=Sector%20Societario/%20Estad%C3%ADsticas/%20Anuarios%20Estad%C3%ADsticos>

Tallada, J. (23 de Diciembre de 2010). *Economía Política*. Obtenido de http://economia-politica-ec.blogspot.com/2010/12/gasto-social-ecuador_11.html

Villegas, E. (2012). *Metodología de la investigación*. Madrid: Pearson Education.

GLOSARIO

Sector moderno: se consideran como trabajadores del sector moderno a profesionales, científicos, intelectuales, técnicos de nivel medio y trabajadores que laboren en actividades consideradas como modernas.

Sector informal: se consideran trabajadores del sector informal a los patronos y socios activos que laboran en empresas cuyo número de trabajadores es menor de seis, que no trabajen en actividades consideradas como modernas.

Población en edad de trabajar (PET): comprende toda la población de ambos sexos que se encuentra entre los límites de edad, es decir mayores a 10 años y menores a 65 años, sin embargo en la investigación no se considera el límite superior.

Población económicamente activa (PEA): está integrada por la población de ambos sexos, comprendida entre los límites de edad, que forma parte de la mano de obra dedicada a la producción de bienes y servicios o que se encuentra disponible para la búsqueda de un empleo remunerado.

Población ocupada adecuadamente: incluye exclusivamente a los ocupados del sector moderno que trabajan 40 horas y más y reciben un ingreso superior al mínimo vital más la compensación por el incremento el costo de vida, compensación de transporte y décimo sexto sueldo; o que trabajando menos de 40 horas ya no desean trabajar más y sus ingresos son iguales o mayores al monto anterior

Población subocupada: existe cuando el trabajo de una persona es inadecuado en relación a las normas establecidas. Lo inadecuado está en función de la capacidad, entrenamiento, experiencia, disposición de tiempo para el trabajo o los ingresos que percibe.

Apéndice

Ordenanza municipal sobre la operación de mercados informales

EL M. I. CONCEJO CANTONAL DE GUAYAQUIL

CONSIDERANDO

- QUE**, en el suplemento del Registro Oficial No.234 del 29 de diciembre de 2000, se encuentra publicada la Ordenanza de Regeneración Urbana para la Ciudad de Guayaquil, la misma que establece las normas y procedimientos para que la M. I. Municipalidad de Guayaquil emprenda el Plan de Regeneración Urbana de la Ciudad de Guayaquil;
- QUE**, la Ordenanza Reglamentaria de la Zona de Regeneración Urbana del Centro de la Ciudad, publicada el 14 de enero del 2004, en el Capítulo Cuarto trata de las actividades comerciales en las aceras, se establecen algunos requisitos y obligaciones que deben de cumplirse para realizar tales actividades en los sectores sometidos a la regeneración urbana.
- QUE**, la M. I. Municipalidad de Guayaquil, dentro del área urbana del cantón Guayaquil, ha previsto de manera constante mejorar la imagen de la ciudad y normar los espacios públicos, donde se realicen actividades comerciales con el fin de brindar la infraestructura necesaria para que realicen actividades sin perturbar el orden público.
- QUE**, es necesario regular y establecer las normas para la ubicación, usos, características y especificaciones técnicas de los elementos constitutivos del mobiliario urbano en las zonas regeneradas y las que serán objeto de regeneración, especialmente de aquellos destinados al desarrollo de actividades comerciales y de servicios dentro de áreas públicas sujetas a intervenciones dentro del proyecto de Regeneración Urbana para la ciudad.
- QUE**, de conformidad con el Artículo 11, numeral 2 de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal constituyen fines esenciales de la Municipalidad el planificar e impulsar el desarrollo físico del Cantón y sus áreas urbanas y rurales.
- QUE**, el Artículo 14 numeral 2, de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal establece que son funciones primordiales del Municipio, la construcción, mantenimiento, aseo, embellecimiento y reglamentación del uso de caminos, calles, plazas y demás espacios públicos.
- QUE**, como parte del ordenamiento de dichos espacios públicos debe precautelarse la circulación peatonal o vehicular según sea el caso, que ayude a evitar interferencias y conflictos en su funcionamiento.
- QUE**, es necesario unificar y rectificar las disposiciones contenidas en la Ordenanza que Norma la Instalación de Kioscos y Carretillas y demás Formas de Desarrollo de la Actividad Comercial en Espacios Públicos de la Ciudad de Guayaquil aprobada el 11 de noviembre del 2004 y publicada el 4 de diciembre del 2004 en

el Diario El Universo, y en el Reglamento para los Procesos y Normativas para el Funcionamiento y Emisión de Permisos para Carretillas Estacionarias, aprobado el 28 de abril del 2005 y publicado en el Diario El Universo el 11 de mayo del 2005.

EN uso de las atribuciones y facultades que le confiere el Artículo 228 de la Constitución Política de la República, y en concordancia con lo establecido en los Arts. 1, 16 y 63 numeral 49 de la Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

EXPIDE

La “ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA “ORDENANZA QUE NORMA LA INSTALACIÓN DE KIOSCOS y CARRETILLAS Y DEMÁS FORMAS DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto.-

La presente Ordenanza tiene por objeto regular la ubicación, usos, especificaciones técnicas y demás requerimientos a ser cumplidos por los propietarios de kioscos y carretillas que se instalen en los espacios públicos en la ciudad de Guayaquil.

Artículo 2.- Ámbito.-

Las disposiciones de la presente Ordenanza se aplicarán en el área urbana de la Ciudad de Santiago de Guayaquil, de acuerdo a los límites establecidos en la Ordenanza Reformatoria de Delimitación Urbana de la Ciudad de Santiago de Guayaquil, publicada en el R.O. No. 828 del 9 de diciembre de 1991.

Artículo 3.- Definiciones.-

Para la aplicación de las determinaciones contenidas en esta Ordenanza, se atenderá al contenido de los siguientes conceptos:

Kioscos.-

Mobiliario urbano fijo en el área pública, destinado a desarrollar la comercialización de productos

autorizados y servicios generales, sea de consumo diario o esporádico, cuya ubicación, características y especificaciones técnicas serán las que determine la M. I. Municipalidad de Guayaquil.

Carretillas.-

Mobiliario urbano móvil que permanecerá temporalmente estacionado en aceras, destinado a la comercialización de productos autorizados sea de consumo diario o esporádico, cumpliendo un horario establecido en el permiso otorgado, cuya ubicación, características y especificaciones técnicas serán las que determine la M. I. Municipalidad de Guayaquil.

Comisión Municipal.-

Representantes de las áreas técnicas y operativas conformada por las Direcciones: Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, Justicia y Vigilancia, Urbanismo, Avalúos y Registro, y Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales, que en casos especiales o determinados por esta Ordenanza deben determinar un procedimiento adicional a la presente o nuevas normativas que demanden

acciones inherentes al funcionamiento de carretillas y kioscos en espacios públicos de la ciudad.

Artículo 4.- REGENERACIÓN URBANA.-

En aplicación al Artículo 14.1 de la Ordenanza que Norma los Programas de Regeneración Urbana de la Ciudad de Guayaquil, publicada en el Registro Oficial No.735 del 31 de diciembre del 2002, la misma que establece que toda nueva instalación de mobiliario urbano dentro del área de intervención respetará y se guiará por las ubicaciones, diseños y especificaciones que deberán establecerse en el Proyecto de Regeneración Urbana, para cuyo efecto se solicitará las normas correspondientes.

Artículo 5.- Los proyectos de regeneración urbana, en aplicación al Art.4.2 de la Ordenanza Modificatoria de la Ordenanza que Norma los Programas de Regeneración Urbana de la Ciudad de Guayaquil, publicada en el Registro Oficial No. 215 del febrero del 2006, deberán de acuerdo al grado de intervención encuadrarse a las disposiciones del siguiente artículo.

Artículo 6.- DE LAS DISPOSICIONES PARTICULARES Grados 1, 2 y 3.

6.1. DISPOSICIONES PARTICULARES Grado 1.-

Art.6.1.1- UBICACIÓN.-

Uno en cada ensanchamiento de aceras en las esquinas de las vías de conformidad a lo que indique el respectivo Proyecto de Regeneración Urbana.

Artículo 6.1.2- LÍNEA DE COMERCIALIZACIÓN.-

La que se indique en el Proyecto de Regeneración Urbana, en el marco de lo

establecido en el Artículo 8 de esta Ordenanza.

Artículo 6.1.3.- DISEÑO.-

Se utilizará exclusivamente kiosco, y su diseño será el que en cada caso establezca el Proyecto de Regeneración Urbana.

Artículo 6.1.4.- ASPECTO LEGAL.-

Deberá cumplir con lo que establece el Capítulo IV de la Ordenanza Reglamentaria de la Zona de Regeneración Urbana en el Centro de la Ciudad.

Artículo 6.1.5.- PROHIBICIÓN.-

Se prohíbe la venta ambulante y todo tipo de comercio informal.

No se podrá instalar kioscos ni carretillas en los siguientes ejes y sectores de la ciudad:

- A lo largo del Malecón Simón Bolívar
- Av. 9 de Octubre, desde el malecón Simón Bolívar hasta la calle Pedro Moncayo, excluyendo el Parque Centenario con sus calles perimetrales.
- Av. José Joaquín de Olmedo, desde el Malecón Simón Bolívar hasta la calle Francisco García Avilés.
- Sector Comercial del centro de la ciudad (A excepción del mobiliario municipal).
- Sector Barrio del Centenario.

Artículo 6.2.- DISPOSICIONES PARTICULARES.- Grados 2 y 3.-

Artículo 6.2.1 – UBICACIÓN.-

Uno en cada ensanchamiento de aceras en las esquinas de las vías, de conformidad a lo que indique el respectivo Proyecto de Regeneración Urbana. Si el proyecto no contempla ensanchamiento de acera, la ubicación

se regirá por lo contemplado en los artículos 18, 19 y 20 de esta Ordenanza.

Artículo 6.2.2.- LÍNEA DE COMERCIALIZACIÓN.-

La que se indique en el Proyecto de Regeneración Urbana, en el marco de lo establecido en el Artículo 8 de esta Ordenanza

Artículo 6.2.3.- DISEÑO.-

Se utilizará kioscos y carretillas que se encuadren dentro de las especificaciones aprobadas por la DUAR.

Artículo 6.2.4.- PROHIBICIÓN.-

Se prohíbe la venta ambulante y todo tipo de comercio informal.

Artículo 7. Todos los Proyectos de Regeneración Urbana deben contemplar ubicación, diseño del mobiliario de comercialización e infraestructura básica para kioscos y/o carretillas estacionarias.

Artículo 8. La Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública autorizará únicamente la comercialización de los siguientes productos alimenticios y servicios varios:

Artículo 8.1. EN CARRETILLAS ESTACIONARIAS.-

COMIDAS Y BEBIDAS
Jugos, bebidas gaseosas, refrescos y agua natural envasados con su respectivo registro sanitario.
Helados con su respectivo registro sanitario
Hot dog, pizza, hamburguesas, tacos, sandwiches, morocho, tostadas, canguil, acompañados de las bebidas autorizadas para carretillas.

Artículo 8.2. EN KIOSCOS.-

COMIDAS Y BEBIDAS	SERVICIOS VARIOS
Confites	Venta de rifas autorizadas y en cumplimiento de las disposiciones de Ley, tales como: lotería, loto, etc.
Sanduches frios o calientes, tostadas y fiambrieras	Cigarrillos, tabacos y accesorios
Pastelerías y postres	Artículos de fotografía
Venta de café, aguas aromáticas y té preparados y en dispensadores	Artículos artesanales
Productos Lácteos: yogurt, leche envasada para consume individual	Joyería, relojería, fantasías, perfumería y cosméticos
Helados	Artículos para la oficina, libros, tarjetas.
Venta de comidas preparadas únicamente precocidas, listas de calentarlas tales como guntita, encebollados, ceviches, choclos asados, humitas, bollos, hayacas, pan de yuca siempre y cuando no impliquen frituras. Además Hot dog, pizza, hamburguesas, tacos, morocho, tostadas,	Copiadora de llaves, llaveros. Copiadora de documentos Periódicos y revistas
Jugos, bebidas gaseosas, refrescos y agua natural. Ensaladas de frutas ya preparadas.	Venta de artículos y accesorios para teléfonos móviles

Artículo 9.- Sólo se puede vender los productos autorizados. Otros similares podrán ampliarse de presentar la propuesta a la Comisión Municipal asignada para este efecto, la misma que estudiará y emitirá el informe respectivo para cumplimiento de los trámites municipales que demande esta acción.

Artículo 10.- El permiso lo emite la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, y este a su vez registrará a un titular y un alterno, en caso justificado pueden solicitar por escrito un operador auxiliar, quien atenderá en la carretilla o en el kiosco.

Ante la renuncia de un alterno o de un operador auxiliar, el titular es la única persona quien solicitará por escrito el reemplazo a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

Artículo 11.- El permiso que obtenga el solicitante calificado, es unipersonal e intransferible.

Artículo 12.- La concesión de un permiso de funcionamiento para carretilla o para kiosco se otorgará dando prioridad a las personas que han estado trabajando normalmente en el lugar, y que consten en el censo respectivo. Tiene aplicación cumpliendo el siguiente orden:

- a) En primer lugar a las personas que han estado trabajando en el lugar con su respectivo permiso municipal vigente; y en segundo lugar a aquellas que han trabajado sin permiso.
- b) A otras personas naturales, preferentemente de escasos recursos.
- c) Si hay disponibilidad a quien solicite, atendiendo el orden de la fecha de ingreso del oficio de petición que

registre la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

Artículo 12.1.- En casos especiales se aplicarán los siguientes lineamientos:

a) Ante la demanda de un mismo espacio público, tiene preferencia un particular de escasos recursos o con imposibilidad física, caso contrario según la fecha de ingreso de la solicitud escrita.

b) El comerciante autorizado a una carretilla o un kiosco podrá franquiciar en forma independiente el producto a comercializar, el mismo que presentará por escrito la propuesta a la Municipalidad de Guayaquil y contará con el informe de la Comisión Municipal asignada.

Artículo 13.- Requisitos.- Para acceder al permiso de ocupación de vía pública para el funcionamiento de una carretilla o de un kiosco, el contribuyente interesado debe cumplir con los siguientes requisitos y procesos de actualización de datos:

Artículo 13.1.- Para cada permiso debe presentarse en una ventanilla municipal de la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública una carpeta reuniendo los siguientes documentos:

- a.- Formulario "Solicitud de Ocupación de Vía Pública" donde hará constar los datos del titular y de un alterno;
- b.- Tasa de Trámite de Ocupación de Vía Pública;
- c.- Copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía;
- d.- Certificado de No Adeudar al Municipio. Para este trámite debe adquirir en cualquier ventanilla

municipal de la Dirección Financiera, una Tasa de Tesorería, la misma que una vez llena será ingresada en la misma ventanilla, y retirada después de tres (3) días laborables;

- e.- Certificado original de antecedentes penales (Record Policial), emitido por la Dirección de la Policía Judicial del Guayas;
- f.- Comprobante de las Tasas de Pagos No Especificados Credenciales (carnet de identificación);
- g.- Certificado original de salud ocupacional otorgado por el Instituto de Salud e Higiene o por la Dirección Provincial de Salud del Guayas exámenes de esputo, tifoidea, tuberculosis, hepatitis y demás enfermedades infectocontagiosas y virales;
- h.- Certificado de Manipulación de Alimentos, otorgado por la Dirección de Salud e Higiene Municipal;
- i.- Fotocopia de los documentos emitidos por las empresas de servicios básicos (Empresa Eléctrica e Interagua de ser el caso), en los cuales se acredite que se están realizando los trámites para la instalación de los medidores en el lugar donde tiene autorizada la carretilla o kiosco;
- j.- Carta con la aprobación del propietario del predio frentista al área de ocupación solicitada;
- k.- Certificado de frecuencia y horario de recolección de desechos sólidos emitido por la Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales del sitio solicitado, adjuntando el Formulario de

Conocimiento y Cumplimiento de la frecuencia y horario de recolección de los desechos en el sector autorizado que el usuario debe llenar, este documento será entregado por el Departamento Municipal de Aseo Cantonal.

Artículo 13.2.- Los requisitos del operador auxiliar serán los mismos exigibles para el titular y alerno, exceptuándose los literales i, j y k de esta Ordenanza.

De renunciar el alerno u operador auxiliar, quien lo reemplazará cumplirá con todos y cada uno de los requisitos solicitados en los literales b, c, d, e, f, g y h del artículo anterior, correspondiendo al titular actualizar los datos del Formulario "Solicitud de Ocupación de Vía Pública".

Artículo 14.- Cada comerciante que desee renovar el permiso de funcionamiento para carretilla o kiosco, que por vencimiento de los mismos se encuentren caducados, debe actualizar los documentos indicados en el Artículo 13.1 de esta ordenanza, adjuntando copia del permiso municipal con el comprobante de cancelación del permiso en vigencia.

En caso de revocación del permiso, el comerciante titular debe cancelar todos los valores relacionados a la ocupación de un puesto de carretilla o kiosco, incluyendo los servicios básicos de agua y/o energía obtenidos de las empresas correspondientes.

Artículo 15.- El valor de ocupación de un espacio en la vía pública será de US\$4,25 por metro cuadrado al mes, a cancelarse semestralmente y por anticipado a la fecha de inicio de actividades o vencimiento, cuyo valor será revisado cada dos años. El permiso de funcionamiento de una carretilla o de

un kiosco será renovado cada seis meses.

Artículo 16.- La renovación de la credencial de identificación será cada año, previa cancelación de la Tasa "Comprobante de Pagos No Especificados-Credenciales" de todas las personas autorizadas por puesto, cumpliendo previamente los siguientes procedimientos:

- a) Presentar Tasa de Pago del Permiso de Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública del semestre en vigencia;
- b) Entregar todos los documentos de identificación que fueron emitidos por cada permiso de ocupación de carretilla o kiosco.

En caso de pérdida de la credencial de identificación, el comerciante notificará a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, adjuntando copia de la denuncia ante la autoridad pertinente y cancelará un valor adicional de 0,5 del SMV (Salario Mínimo Vital), valor que podrá variar en caso de incrementarse el costo de la misma.

En caso de la revocación del permiso, el titular entregará las credenciales de identificación otorgadas por la Municipalidad de Guayaquil con oficio dirigido a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

UNIFORME

Artículo 17.- El personal autorizado durante el horario de atención al público permanecerá presentado y limpio, debiendo utilizar gorra y mandil blanco, y la respectiva credencial de identificación municipal.

UBICACIÓN

Artículo 18.- Las ubicaciones de las carretillas estacionarias y de los kioscos se determinan según informe técnico emitido por la Dirección del Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, la misma que llevará un registro único adjuntando los diagramas de localización factible (Anexo 1A-ubicación para carretillas y Anexo 1B-ubicación para kioscos), y aplicará las siguientes consideraciones:

Artículo 18.1.- Se autoriza la ocupación de aceras cuyo ancho no sea menor a 2,5 mts. para la ubicación de una carretilla o de un kiosco, mas el espacio de ocupación de consumidores y circulación libre de peatones. Se incluyen las aceras ensanchadas autorizadas por la Municipalidad de Guayaquil.

Artículo 18.2.- Las carretillas podrán además ubicarse sobre las calzadas de las vías que dispongan zonas de parqueos, destinándose un espacio no mayor al área de estacionamiento vehicular para la ocupación del mobiliario más el área de operatividad del mismo ocupada por el comerciante, considerando las áreas laterales para la atención al público. Este limite estará demarcado y codificado en el piso.

Artículo 19.- En caso de existir en un mismo frente de acera permiso para una carretilla estacionaria y para un kiosco, se procederá a renovar únicamente el primer permiso municipal otorgado y se reubicará el posterior.

Artículo 20.- Las carretillas deberán mantenerse en la dirección registrada en el permiso municipal, bajo ningún concepto puede trasladarse u ocupar otro sector o espacio.

DEL MOBILIARIO

Artículo 21.- Los mobiliarios en el área pública se ajustarán:

Artículo 21.1.- Según el diseño, medidas y especificaciones técnicas aprobadas por la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro, lo que la faculta a presentar los planos del mobiliario tipo de acuerdo al producto a comercializar autorizado para fiel cumplimiento del comerciante calificado.

Artículo 21.2.- En caso de carretillas con diseños tradicionales, este mobiliario será aprobado previo informe de la Comisión Municipal y el área de ocupación será similar a la autorizada respetando los productos y servicios descritos en el Artículo 8 de la presente Ordenanza. (Anexo 2-3 carretilla tradicional)

Artículo 21.3.- El incumplimiento de las especificaciones técnicas y diseños anula el permiso otorgado.

Artículo 22.- Las carretillas y los kioscos deben lucir limpios y en perfecto estado de mantenimiento. Las Direcciones Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública y de Justicia y Vigilancia efectuarán los controles del estado de estos mobiliarios y de acuerdo al deterioro en que se encuentren serán renovados.

Artículo 23.- El diseño, dimensiones y especificaciones técnicas aprobadas por la Municipalidad de Guayaquil están determinadas en el Anexo 2-1 para carretillas y Anexo2-2 para kioscos, que según el permiso otorgado serán entregadas en una de las ventanillas municipales de la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

Las carretillas y kioscos según el producto de comercialización

autorizado responderá a los diseños aprobados, y en caso de adecuaciones o accesorios adicionales, debe contar con la aprobación de la Comisión Municipal, previa presentación y calificación del plano de diseño, detalles y especificaciones técnicas solicitado por el comerciante a través de la Dirección del Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, quien se encargará de participar a las demás áreas administrativas.

Artículo 24.- El área de ocupación de la carretilla y del kiosco no podrá exceder el área determinada en el diseño tipo aprobado.

Artículo 25.- Cada mobiliario dispondrá de luminarias (lámparas blancas tipo fluorescentes) según las especificaciones y ubicaciones indicadas en el diseño aprobado y de accesorio de prevención contra incendio (extintor). Además contará con accesorios básicos para la limpieza y recepción de desechos sólidos.

TIPO DE INSTALACIONES

Artículo 26.- Previo al funcionamiento de la carretilla o kiosco, el propietario debe presentar a la Municipalidad de Guayaquil la carta de cumplimiento de instalación eléctrica y accesorios, para que conjuntamente las Direcciones de Urbanismo, Avalúos y Registro y Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, verifiquen las siguientes disposiciones:

Artículo 26.1.- Cumplimiento de instalación del medidor de luz, para el efecto el usuario informará y presentará a la Dirección del Uso Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública copia del certificado de factibilidad de instalación del medidor otorgado por la Empresa Eléctrica.

Artículo 26.2.- Las carretillas o kioscos que dispongan de instalaciones eléctricas, deben cumplir con la inspección de la empresa eléctrica y la instalación del medidor cumplirá las siguientes condiciones:

- En las carretillas, en uno de los postes cerca del área autorizada por la Municipalidad de Guayaquil;

- En los kioscos, empotrada a este mobiliario.

Artículo 27.- Las carretillas o kioscos deben cumplir con instalaciones sanitarias indicadas en los diseños aprobados.

DE LA PUBLICIDAD Y OTROS IMPRESOS

Artículo 28.- El costo de la publicidad es un valor único de US\$50 por año, a cancelarse por la superficie de exposición autorizada en el diseño municipal del kiosco o carretilla.

Artículo 29.- Cada carretilla o kiosco según el diseño de estos mobiliarios, exhibirán obligatoriamente el número del permiso municipal (Anexo 3A - carretillas-; Anexo 3B -kioscos-).

Artículo 30.- En el caso de comerciantes con aprobación de productos franquiciados, la exhibición de publicidades para marcas de productos, estará autorizada por la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública de contar con el informe técnico y de aprobación de la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro.

Artículo 31.- La publicidad debe cumplir los estándares publicitarios para mobiliarios ubicados en áreas públicas, sujetos a diseños gráficos y colores apropiados, textos tipo eslogan

comerciales o mensajes cívicos autorizados por la Dirección de Prensa y Publicidad, exposición de marcas, material resistente a los agentes atmosféricos.

Artículo 32.- La publicidad estará reglamentada por el Municipio, calificando y revisando el cumplimiento del área de exposición autorizada, material, tipo de publicación y otras especificaciones que de acuerdo a la publicidad se determine necesario implementar.

Artículo 33.- La publicidad de una empresa que se exhiba a través de una carretilla o kiosco contará con la autorización escrita del comerciante titular. La empresa que patrocine un producto o servicio a través de este mobiliario convendrá directamente con el comerciante los términos del subarriendo del espacio publicitario.

Artículo 34.- De incurrir en la prohibición prevista en el Artículo 56 de esta Ordenanza será motivo de la anulación del permiso emitido.

CONDICIONANTES DE FUNCIONAMIENTO

Artículo 35.- La atención al público se hará exclusivamente por los costados del kiosco o carretilla, evitando la aglomeración de personas mediante una atención inmediata y puede ser atendida hasta por dos (2) personas debidamente registradas en el Municipio e identificadas con su respectivo carnet municipal.

Artículo 36.- Cada carretilla dispondrá de un banco por mobiliario, ubicado sin interrumpir el acceso peatonal, y será de uso exclusivo del personal autorizado.

Artículo 37.- Debe exhibir en la carretilla o kiosco copias vigentes del permiso de funcionamiento, certificado de salud y el de manipulación de alimentos. La exigencia de los certificados de salud, como de programas de capacitación son obligatorios para todo el personal autorizado en cada carretilla o kiosco, en caso de reemplazo de uno de ellos, deberá aprobar también estos cursos y demás requisitos que le correspondan e indicados en el Art.13.1 de esta Ordenanza.

Artículo 38.- Deben mostrar respeto y colaboración ante funcionarios municipales, consumidores y moradores del entorno de la ubicación autorizada para el funcionamiento de la carretilla o kiosco, y bajo ningún concepto de forma directa o indirecta, por omisión o desconocimiento impedir la labor municipal que se efectúe en el sector.

Artículo 39.- La manipulación de los alimentos debe ser con el uso de los siguientes accesorios:

- a) Manos protegidas con guantes de látex, para garantizar la higiene de los productos que se comercializan;
- b) Cabello protegido con una gorra;
- c) Mandil en perfecto estado de limpieza y presentación.

Artículo 40.- Cumplir estrictamente con las demás ordenanzas municipales inherentes a la ocupación del espacio o vía pública.

Artículo 41.- El incumplimiento a cualquier disposición contenida en este documento, será motivo para anular el permiso municipal otorgado.

Artículo 42.- Una vez terminada la jornada de trabajo la carretilla debe ser

retirada diariamente del espacio público, debe dejar el área de ocupación totalmente limpia y retirar los desechos generados posterior al horario de recolección establecido en el sector.

DISPOSICIÓN DE LOS DESECHOS

Artículo 43.- A más de las recomendaciones contenidas en el instructivo de operación de una carretilla estacionaria en la vía pública (Anexo 4-1) o de kioscos (Anexo 4-2) y previa obtención de la certificación de frecuencia y horario de recolección de desechos inherente al área de ocupación autorizada emitida por la Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales así como de la entrega del Formulario de Conociendo y Cumplimiento del Horario y Frecuencia de Desechos, se debe cumplir con lo siguiente:

Artículo 43.1.- Las carretillas y los kioscos cumplirán según diseño tipo aprobado con los tachos necesarios para la recolección diaria de los desechos sólidos, los mismos que deben permanecer totalmente limpios y cubiertos en su interior con fundas plásticas resistentes. El diseño contendrá un espacio para los implementos de limpieza, recolección y barrido.

En el caso de requerirse mas recipientes al autorizado, los comerciantes de las carretillas o kioscos con considerable producción de desechos, podrán solicitar a la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro considerar un espacio adicional para otro depósito o proponer el sistema de evacuación de los desechos. La Comisión se encargará de aprobar lo solicitado.

Artículo 43.2.- Mantener limpio el espacio autorizado, incluyendo áreas circundantes -aceras y cunetas- descritas

en el certificado de frecuencia y horario de recolección de desechos sólidos emitido por la Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales requerido en el Art.13.1 literal k de la presente Ordenanza, con copia remitida a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

Artículo 43.3.- Conocerá y respetará, obligatoriamente, los horarios y frecuencias de recolección de desechos según el área urbana autorizada, y previo al inicio de actividades, el propietario de la carretilla o kiosco debe celebrar un Acta de compromiso en una de las Comisaría Municipales y en caso de reincidencia notificará a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública, quien determinará la acción correctiva.

Los desechos deben ser correctamente dispuestos en el sitio donde se genera y con anticipación al cumplimiento del horario de recolección del sector, posterior a esta acción debe ser almacenada hasta la siguiente frecuencia. La Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública por cada emisión de permiso de ocupación de la vía pública para carretillas debe notificar por escrito a la Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales, para el control y cumplimiento del Acta anteriormente indicada.

Artículo 44.- En caso de incumplimiento a una o más disposiciones que se mencionan, se procederá a la revocatoria del permiso de funcionamiento y se dispondrá a la Dirección de Justicia y Vigilancia el retiro inmediato del kiosco o de la carretilla.

PROHIBICIONES

Cualquier de las siguientes prohibiciones son motivo para la revocatoria automática del permiso municipal otorgado:

Artículo 45.- Se prohíbe dejar las carretillas en la vía pública cuando no esté prestando servicios, ni estacionarlas en zaguanes o en el ingreso a las viviendas o inmuebles.

Artículo 46.- Se prohíbe estacionar carretillas o instalar kioscos en el entorno a los mercados municipales, señales de tránsito, frente a ingresos de garajes, próximos a las rutas y paraderos destinados a la circulación o estacionamiento del sistema de metrovia, frente a edificios o locales con servicios de emergencia o asistencia médica –hospitales, clínicas, centros de salud, etc.-, iglesias, bancos, agencias bancarias, edificios de seguridad, zonas de alto riesgo, zonas de ordenamiento municipal.

Artículo 47.- Se prohíbe la instalación de carretillas o kioscos cuya actividad compita con los establecimientos que registren permiso municipal otorgado previo a la petición o funcionamiento a estos mobiliarios. También se prohíbe aquellos que directa o indirectamente son manejados por un mismo comerciante, que según informe debe identificar la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

Artículo 48.- Se prohíbe estacionar carretillas o kioscos en aceras menores a 2,5 mts.

Artículo 49.- Se prohíbe instalar televisores, parlantes, radios, megáfonos y otros artefactos sonoros, visuales, audiovisuales o luminosos que generen ruidos, masiva concentración de personas, ni que alteren la paz y tranquilidad del sector.

Artículo 50.- Se prohíbe instalar tachos adicionales o accesorios adicionales al dispuesto en el diseño propio de la carretilla o kiosco, tampoco se podrá realizar actividades de enjuague o lavado de accesorios o productos fuera del mobiliario. Tampoco podrá lavar la carretilla, kiosco, tachos y otros accesorios en el sitio de ocupación autorizado

Artículo 51.- Se prohíbe usar más de un banco, ocupar la vía pública con sillas, mesas, parasoles, carpas, jabas, tanques de gas, provisiones, ni ningún tipo de fogones, braseros, pailas con aceites u otro objeto adicional que modifique el diseño de la carretilla o kiosco.

Artículo 52.- Se prohíbe cocinar alimentos en las carretillas, y en los kioscos los alimentos deben llegar precocidos.

Artículo 53.- Se prohíbe comercializar alimentos en mal estado o contaminados, consumir bebidas alcohólicas o hacer uso del permiso para la venta de estupefacientes.

Artículo 54.- Se prohíbe exhibir impresos gráficos o escritos en otro lugar al espacio especificado en el diseño de la carretilla o kiosco.

Artículo 55.- Se prohíbe transferir a terceros el permiso municipal otorgado.

Artículo 56.- Se prohíbe cambiar el producto de comercialización autorizado indicado en el permiso municipal otorgado. Para efectuar esta acción debe solicitar autorización a la Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública únicamente con los productos y servicios varios dispuestos en el Art.8 de este documento.

Artículo 57.- Se prohíbe todo tipo de publicidad de índole política, religiosa y aquellas que atenten contra la moral.

Artículo 58.- Están prohibidas, todas las acciones que se contrapongan a lo estipulado en esta Ordenanza.

SANCIONES

Artículo 59.- Se responsabiliza al titular autorizado, la inobservancia a cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza y acarreará las siguientes sanciones por parte de las autoridades municipales competentes:

Dejar la carretilla en la vía pública, zaguanes, ingresos a viviendas o inmuebles.	Decomiso + 0,5 SBU (Salario Básico Unificado)
Obstaculizar con la carretilla o kioscos garajes o ingresos a estacionamientos privados o públicos.	Decomiso + 0,25 SBU
Instalar televisores, parlantes, radios, megáfonos y otros equipos sonoros, audio visuales o luminosos.	Decomiso + 0,25 SBU
Instalar en kioscos o carretillas tachos o accesorios adicionales a los aprobados por la Municipalidad de Guayaquil.	Decomiso + 0,25 SBU
Lavar tachos u otros accesorios en el sitio del permiso de una carretilla o área pública.	0,25 SBU
Ocupar la vía pública con bancos, mesas, sillas, parasoles, carpas, tanques de gas, provisiones, fogones, braseros, pailas u otros accesorios similares.	Decomiso + 0,5 SBU
Cocinar alimentos en carretillas o en kioscos.	Decomiso + 0,25 SBU
Exhibir impresos gráficos, letreros u otros escritos en lugares no especificados en el diseño de carretillas o kioscos.	0,25 SBU + rectificación inmediata
Incumplir con la frecuencia u horario de recolección de desechos y/o correcta disposición de los desechos en los respectivos recipientes de la carretilla o kiosco.	0,5 SBU
Incumplir con el uso de credencial, uniforme durante el horario de atención.	0,15 SBU
Incumplir con las normas de limpieza e higiene de la carretilla, kiosco y el entorno inmediato del área de ocupación autorizada.	0,5 SBU
Comportamiento inapropiado con respecto al público en general	0,15 SBU
Falta de placa de identificación en la carretilla o kiosco, del permiso de ocupación y/o certificado de salud vigente.	0,25 SBU
Incumplir con el horario de atención definidos para carretillas o kioscos.	0,25 SBU
Perdida o deterioro de la credencial de identificación.	0,15 SBU

Se anulará el permiso municipal emitido por las siguientes causas:

Estacionar carretillas o instalar kioscos en otra dirección a la registrada en el permiso municipal.
Estacionar carretillas o instalar kioscos en el entorno a los mercados municipales.
Estacionar carretillas o instalar kioscos frente a señales de tránsito.
Estacionar carretillas o instalar kioscos próximos a los paraderos y rutas de circulación con servicio a la metrovía.
Estacionar carretillas o instalar kioscos, bancos, agencias bancarias, edificios de seguridad.
Estacionar carretillas o kioscos en aceras menores a 2.5 mts.
Vender productos de comercialización no autorizados e indicados en el permiso municipal otorgado.
Detectar alimentos en mal estado, en descomposición o contaminados.
Venta de bebidas alcohólicas o estupefacientes
Transferir a terceros las credenciales de identificación o el permiso municipal otorgado.
Modificar, remodelar, ampliar y otras acciones similares el diseño municipal autorizado para kioscos o carretillas.

Se procederá a la clausura o decomiso de la carretilla o del kiosco por los siguientes motivos:

No cancelar oportunamente con el pago del permiso municipal.
Falta de mantenimiento preventivo y correctivo de la carretilla y kiosco, y sus implementos internos.
Funcionar sin los medidores de luz o agua, que por efecto de incumplimiento con las empresas correspondientes han sido retirados, clausurados, etc.
Realizar trabajos de reparación o mantenimiento de una carretilla.

DISPOSICIONES LEGALES

Artículo 60.- Las personas autorizadas para ejercer actividad de comercio en carretillas estacionarias y kioscos, se sujetarán a lo previsto en las Leyes, Ordenanzas y las demás disposiciones legales que rigen para el funcionamiento de carretillas estacionarias y kioscos en espacios públicos autorizados en la ciudad de Guayaquil, y tendrán aplicación cuando se incumpla las disposiciones contenidas en los documentos anteriormente indicados, a más de la anulación del permiso otorgado y retiro inmediato del mobiliario.

DEROGATORIA

Artículo 61.- Se derogan las normas y disposiciones de las Ordenanzas y Reglamentos Municipales aplicables al funcionamiento de carretillas y kioscos en la vía pública que se opongan o contraríen a los preceptos establecidos en la presente Ordenanza.

Artículo 62.- Se deroga la Ordenanza que Norma las Instalación de Kioscos y Carretillas y demás Formas de Desarrollo de la Actividad Comercial en Espacios Públicos de la Ciudad de Guayaquil aprobada el 11 de noviembre de 2004 y publicada el 4 de diciembre del 2004 en el diario El Universo, y el Reglamento para los Procesos y Normativas para el Funcionamiento y Emisión de Permisos para Kioscos y Carretillas Estacionarias, aprobado el 28 de abril del 2005 y publicado en el Diario El Universo el 11 de mayo del 2005.

VIGENCIA

Artículo 63.- La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en cualquier diario de mayor circulación en la ciudad.

DADO Y FIRMADO, EN LA SALA DE SESIONES DEL M. I. CONCEJO CANTONAL DE GUAYAQUIL, A LOS VEINTE DÍAS DEL MES DE ABRIL DEL AÑO 2006.

Luis Chiriboga Parra
**VICEPRESIDENTE DEL M.I.
CONCEJO CANTONAL**

Ab. Henry Cucalón Camacho
**SECRETARIO DE LA M.I. MUNICIPALIDAD
DE GUAYAQUIL**

CERTIFICO: Que la presente **"ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA "ORDENANZA QUE NORMA LA INSTALACIÓN DE KIOSCOS y CARRETILLAS Y DEMÁS FORMAS DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"**, fue discutida y aprobada por el M. I. Concejo Cantonal de Guayaquil, en sesión ordinaria de fecha veintitrés de febrero y veinte de abril del año dos mil seis

Guayaquil, 20 de abril del 2006

Formato de la encuesta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Encuesta sobre el análisis de los factores que generan la informalidad en los negocios

Dirigido a: Emprendedores que hayan puesto en marcha sus modelos de negocios y que por diferentes motivos no han puesto en regla los permisos de funcionamiento las actividades económicas que ejercen.

1.- ¿Qué nivel de estudios posee?

Primaria _____

Secundaria _____

Superior _____

2.- ¿Qué tipo de actividad ejerce?

Comercial _____

Servicios _____

3.- ¿Usted ha logrado conseguir un empleo estable?

Sí _____

No _____

4.- ¿Considera que existen las condiciones necesarias para que las personas puedan trabajar formalmente en el país?

Sí _____

No _____

5.- Actualmente, ¿Se han presentado impedimentos para realizar sus actividades económicas?

Sí _____

No _____

6.- ¿Estos impedimentos han sido por?

Condiciones económicas _____

Condiciones legales _____

7.- ¿Cuáles son las principales causas que no le permiten legalizar su negocio?

No es algo fijo _____

Trámites largos _____

Desconocimiento de los requisitos _____

8.- ¿Considera que es necesario que se capacite o se instruya a los comerciantes informales sobre los requisitos y papeles que deben obtener para legalizar sus actividades?

Sí _____

No _____

9.- ¿Estaría dispuesto a legalizar su actividad con la asesoría necesaria?

Sí _____

No _____

10.- ¿Qué tipo de asesoría le gustaría recibir?

Financiera _____

Legal _____

Académica _____

Nota: los datos recopilados en el presente cuestionario son de uso exclusivo para la investigación del proyecto de titulación “*Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016*” y no constituye algún tipo de iniciativa en contra del sector informal, las opiniones así como las identidades del los encuestados se mantiene en reserva.

Formato de la ficha de observación.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Ficha de observación

Objetivo: identificar el ambiente sobre el cual se desarrollan los modelos de negocios que se encuentran en la informalidad

No.	Preguntas	Si	No
1	¿Tiene ordenado el negocio?		
2	¿Tiene local comercial?		
3	¿No tiene lugar fijo donde vender sus productos?		
4	¿Lleva un control de las transacciones?		
5	¿Se observan trabajadores en el negocio?		
6	¿El dueño del negocio se encuentra laborando en el local?		
7	¿Se identifican los proveedores con los que transaccionan?		
8	¿Mantienen conflictos con sus clientes?		
9	¿Existe conflictos entre operativos?		
10	¿Mantiene una referencia sobre los productos que ofrece?		
11	¿Prueban la mercadería antes de ser comercializada?		
12	¿Ofrecen garantía sobre el producto?		
13	¿Lleva un control contable de las actividades operativas?		
14	¿Existe un plan de ventas diario o mensual?		



Figura 41. Puestos de comercialización de ropa en el sector de la Bahía



Figura 42. Puestos de comercialización de calzado en el sector de la Bahía



Figura 43. Puestos de comercialización de maletas en el sector de la Bahía



Figura 44. Puestos de comercialización de artesanías, mercado de Guayaquil.



Figura 45. Vendedores de golosinas en los buses de la ciudad de Guayaquil



Figura 46. Puestos de comercialización de gorras en Guayaquil.



Figura 47. Puestos de comercialización de CD's en Guayaquil.



Figura 48. Puestos de comercialización de comidas en Guayaquil.



Figura 49. Puestos de comercialización de vegetales en Guayaquil.



Figura 50. Puestos de comercialización de calculadoras en Guayaquil.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Belduma Chicaiza Anthony Bryan** autor del trabajo de titulación: **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016** previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de septiembre del 2017

f. _____
Belduma Chicaiza, Anthony Bryan

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Paredes Gutiérrez Alberto Rudy** autor del trabajo de titulación: **Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016** previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de septiembre del 2017

f. _____
Paredes Gutiérrez, Alberto Rudy

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Factores que determinan la informalidad en la ciudad de Guayaquil años de análisis 2011 – 2016		
AUTORES:	Belduma Chicaiza Anthony Bryan y Paredes Gutiérrez Alberto Rudy		
REVISOR/TUTOR:	CPA. Carlos Alberto Paredes Paredes / Ing. Roche A., María Laura, Mg, PMP		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas		
CARRERA:	Carrera de Administración		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	168
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía, finanzas, administración		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Informal, población económicamente activa, negocios, empleo, entidades gubernamentales, emprendimiento.		
RESUMEN/ABSTRACT (237 palabras):			
<p>En el Ecuador, la tendencia apunta a establecer negocios con capacidad para industrializar materias primas, porque eso permite el cambio de la matriz productiva, sin embargo el ámbito empresarial aún no está preparado porque no existen programas de acompañamiento al emprendedor, evidenciándose esto en el sector informal, la cual en la ciudad de Guayaquil se siente amenazada por un ente gubernamental que obliga a cumplir requisitos legales que disminuyen capital de trabajo y que hace pagar tasas de contribución sin antes generar un porcentaje de ventas para cubrir dicha salida de dinero. En el centro de la ciudad de Guayaquil se pueden observar vendedores ambulantes que no cuentan con permiso alguno para comercializar sus productos, sin embargo de acuerdo a la encuesta realizada, la falta de trabajo formal, los altos precios de la canasta básica y obligaciones en el hogar, hace que improvisen y tengan que ejecutar cualquier profesión independientemente si esta no se encuentra en regla, esto ocasiona en el futuro que la persona emprendedora evite crecer económicamente, pase el tiempo y sus oportunidades laborales desaparezcan, por falta de estudios que le permitan competir en el mercado de trabajo, es necesario que el Gobierno Nacional realice actividades que promuevan el emprendimiento, no solamente por la falta de recursos económicos sino también con una dirección eficaz, donde la persona se convierta en un potencial administrador del negocio y adicionalmente potencie su actividad que le permite generar ingresos.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-96361767 +593-9-92745383	E-mail: alberparedes_2@hotmail.com Bryan.belduma@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Freddy Ronalde Camacho Villagómez		
	Teléfono: +593-9-987209949		
	E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación